

**Reformulada através do 1º Termo Aditivo**

**PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO N° 4887/2024 -**

**CONCORRÊNCIA N° 005/2024**

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR  
INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

| <b>Datas relativas ao certame</b>                                                              |                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Recebimento dos envelopes 1, 2, 3 e 4                                                          | Até as 08h:30m do dia 11/02/2025, na sala de licitações do Paço Municipal |
| Abertura dos envelopes de propostas (abertura dos envelopes 1 e 3 e guarda os envelopes 2 e 4) | Dia 11/02/2025, às 09h:00, na sala de reuniões do Paço Municipal.         |

**ENTIDADE PROMOTORA DA LICITAÇÃO: MUNICÍPIO DE ASSIS CHATEAUBRIAND, por meio da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO** (Portaria nº 315/2024 de 03 de Abril de 2024)

**IMPORTANTE:**

As sessões públicas desta licitação ocorrerão na sala de reuniões do Paço Municipal, situada na Avenida Cívica, nº 99 Centro Cívico Cívico.

A observância das datas e horários limites é de responsabilidade dos interessados.

## EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N° 005/2024

### 1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

**1.1.** O Município de **ASSIS CHATEAUBRIAND**, Estado do Paraná, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ sob o nº 76.208.479/0001-18, com sede na Avenida Cívica, nº 99 – Centro Cívico, CEP 85.935-000, em Assis Chateaubriand – Estado do Paraná, doravante apenas “Município” ou “anunciante”, por meio da Comissão Especial de Licitação, nomeada pela Portaria nº 315/2024 de 03 de abril de 2024, torna público que realizará licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, na forma **PRESENCIAL**, do tipo **MELHOR TÉCNICA**, para execução indireta dos **SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**.

**1.2.** Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação e Comissão Especial de Licitação do Município de Assis Chateaubriand, com exceção das propostas técnicas que serão julgadas pela Subcomissão Técnica especialmente designada para esse fim, nos termos do Portaria nº 1154/2024, de 07 de junho de 2024 sob a égide da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, e n.º 14.133, de 1º de abril de 2021.

**1.3.** O objeto será realizado sob a forma de execução indireta.

**1.4.** Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília-DF.

### 2. OBJETO

**2.1.** O objeto da presente Concorrência é a **contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto 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 junto a públicos de interesse.**

**2.1.1** Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

**2.1.1.1** Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;

**2.1.1.2** À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;

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

**2.1.2** A contratação dos serviços elencados no subitem 2.1 deste Edital tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visem difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas

---

públicas, informar e orientar o público em geral.

**2.1.3** O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1 deste Edital, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

**2.1.4** As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 2.1.1.1 deste Edital terão a finalidade de:

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

**2.1.4.2** Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

**2.1.4.3** Possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

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

**2.1.5.1** Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículos de comunicação.

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

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

**2.2.2.** A agência atuará por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 deste Edital, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

**2.2.3.** A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

### **3. VALOR CONTRATUAL, PRAZO E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

**3.1.** O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 900.000,00 (novecentos**

---

**mil reais**), pelos primeiros 12 (doze) meses de execução, contados da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado por até dez anos, na forma dos arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/21.

**3.2.** As despesas decorrentes da contratação estão programadas em dotações orçamentárias próprias, previstas no orçamento do Município para o exercício de 2024, conforme abaixo:

| Órgão | Und  | Função | Sub-Função | Programa | P | /A/O | Despesa | Categoria    | Fontes |
|-------|------|--------|------------|----------|---|------|---------|--------------|--------|
| 5     | 0201 | 4      | 131        | 1050     | 2 | 4    | 11838   | 339039880000 | 000    |

**3.3.** O ANUNCIANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual, não cabendo à licitante vencedora o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso total da verba prevista.

**3.4.** No interesse do ANUNCIANTE, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei nº 14.133/21.

**3.5.** Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

**3.5.1.** Na prorrogação, o ANUNCIANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração e/ou garantir o equilíbrio econômico-financeiro do contrato.

**3.5.2.** O ANUNCIANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência das mecânicas e referências de mercado, por meio de termo aditivo, desde que não subtraia o equilíbrio financeiro do contrato.

**4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

**4.1.** Poderão participar desta Concorrência as agências de propaganda que atenderem às condições deste Edital e apresentarem os documentos nele exigidos.

**4.2.** Não poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda:

**4.2.1.** Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o ANUNCIANTE;

**4.2.2.** Cujas 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;

**4.2.3.** Que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal;

**4.2.4.** Estrangeira que não funcione no País;

---

**4.2.5.** Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;

**4.2.6.** Que estejam reunidas em consórcio;

**4.2.7.** Que atue sem fins lucrativos;

**4.2.8.** Que esteja impedida de participar de licitação e/ou de contratar com a Administração Pública com base em qualquer outra hipótese legal.

**4.3.** Para a análise das condições de participação das licitantes serão realizadas consultas aos seguintes cadastros:

**4.3.1.** Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas, mantido pela Controladoria-Geral da União (<http://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/ceis>);

**4.3.2.** Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça ([https://www.cnj.jus.br/improbidade\\_adm/consultar\\_requerido.php](https://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php));

**4.3.3.** Cadastro de Impedidos de Licitar, do Tribunal de Contas do Estado do Paraná (<https://servicos.tce.pr.gov.br/tcepr/municipal/ail/ConsultarImpedidos.aspx>).

**4.3.4.** Para a consulta da pessoa jurídica poderá haver a substituição das consultas indicadas nos subitens 4.3.1 e 4.3.2 deste Edital pela Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas da União (<https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br>).

**4.3.5.** A consulta ao cadastro descrito no subitem 4.3.2 deste Edital será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força do art. 12 da Lei Federal n.º 8.429, 02 de junho de 1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

**4.3.6.** Constatada a existência de sanção ou condição impeditiva, a CPL reputará a licitante inabilitada por falta de condição de participação.

**4.4.** Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

**4.5.** A participação nesta Concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da CEL o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e seus Anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

**4.6.** A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, não sendo o ANUNCIANTE,

---

em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

## **5. RETIRADA DO EDITAL**

**5.1.** Este Edital e os demais documentos referentes a esta Concorrência estarão disponíveis ao público no sítio eletrônico oficial do Município de [www.assischateaubriand.pr.gov.br](http://www.assischateaubriand.pr.gov.br), no link licitações.

**5.2.** O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no endereço eletrônico citado no subitem anterior e no Órgão Oficial do Município de Assis Chateaubriand, eventuais alterações ou informações sobre esta Concorrência.

## **6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL**

**6.1.** Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

**6.1.1.** Por meio de mensagem de correio eletrônico (e-mail) dirigida ao seguinte endereço: [comprasassis@hotmail.com](mailto:comprasassis@hotmail.com) ; ou

**6.1.2.** Por carta ou ofício, protocolizado no Protocolo Geral do Município de Assis Chateaubriand, localizado no endereço indicado no preâmbulo, em dias úteis, das 08:00h às 17:30h.

**6.2.** A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro n.º 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

**6.3.** Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela CEL em até 03 (três) dias úteis.

**6.4.** Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação de Caderno de Perguntas e Respostas no sítio eletrônico oficial do Município de Assis Chateaubriand, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

**6.4.1.** Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido portal para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

**6.4.2.** Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário previstos para apresentação das Propostas, conforme subitem 9.2 deste Edital.

## **7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

**7.1.** O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que supostamente viciaram este Edital, poderá ser enviado para o endereço de e-mail [comprasassis@hotmail.com](mailto:comprasassis@hotmail.com) ou ser protocolizado no Protocolo Geral do Município de Assis Chateaubriand, localizado no endereço

---

indicado no preâmbulo, em dias úteis, das 08:00h às 17:30h.

**7.2.** A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item do Edital será recebida como mera informação.

**7.3.** A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

**7.4.** Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170 da Lei n.º 14.133/21.

**7.5.** Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital:

**7.5.1.** O cidadão que não se manifestar até 3 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas;

**7.5.2.** A licitante que não se manifestar até 3 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas;

**7.5.3.** Considera-se licitante, para efeito do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

## **8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

**8.1.** O representante da licitante apresentará à Comissão Especial ou Permanente de Licitação documento que o credencie, juntamente com seu documento de identificação de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

**8.1.1.** Os documentos mencionados no subitem 8.1 deste Edital deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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

**8.1.3.** Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo III deste Edital. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial ou Permanente de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários, autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão ateste sua autenticidade.

---

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

**8.3.** A documentação apresentada na sessão pública inaugural desta Concorrência credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

**8.4.** Caso a licitante não deseje fazer-se representar na sessão pública inaugural desta Concorrência, deverá encaminhar as Propostas Técnicas e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à CPL na data, horário e local indicados no subitem 9.2 deste Edital.

## **9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**9.1.** As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial ou Permanente de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

**9.2.** Os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços serão recebidos na data, horário e local indicados no preâmbulo deste Edital, a saber:

Data: 11/02/2025

Horário: 09h00

Endereço: Setor de Licitação da Prefeitura Municipal de Assis Chateaubriand, sito Avenida Cívica, nº 99, Assis Chateaubriand - Paraná.

**9.2.1.** Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, respeitando-se o mesmo horário, salvo se houver comunicação em contrário emitida pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

**9.3.** Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados posteriormente pela Comissão.

**9.4.** O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e na legislação pertinente.

## **10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

**10.1.** A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial ou Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

### **Invólucro n.º 1**

**10.1.1.** No Invólucro n.º 1 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

**10.1.1.1.** Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido pela Comissão Especial

---

de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, no Setor de Licitação pela agência que o solicitar.

**10.1.1.1.1.** O invólucro padronizado estará disponível para retirada a partir do primeiro dia útil subsequente ao da publicação do Aviso de Licitação, até o último dia útil que anteceder a data da sessão pública inaugural desta Concorrência, ou seja, não poderá ser retirado no dia da sessão inaugural.

**10.1.1.2.** O Invólucro n.º 1 deverá estar fechado e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro n.º 2, o sigilo quanto à sua autoria, e **não** poderá:

**10.1.1.2.1.** Possuir identificação;

**10.1.1.2.2.** Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

**10.1.1.2.3.** Estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo que possibilite a identificação da licitante.

### **Invólucro n.º 2**

**10.1.2.** No Invólucro n.º 2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

**10.1.2.1.** O Invólucro n.º 2 deverá estar fechado, rubricado no fecho e com a seguinte identificação:

#### **Invólucro n.º 2**

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial : \_\_\_\_\_

CNPJ da licitante: \_\_\_\_\_

Concorrência n.º 05/2024 – Município de Assis Chateaubriand - PR

**10.1.2.2.** O Invólucro n.º 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

### **Invólucro n.º 3**

**10.1.3.** No Invólucro n.º 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

**10.1.3.1.** O Invólucro n.º 3 deverá estar fechado, rubricado no fecho e com a seguinte identificação:

#### **Invólucro n.º 3**

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial: \_\_\_\_\_

CNPJ da licitante: \_\_\_\_\_

Concorrência n.º 05/2024 – Município de Assis Chateaubriand - PR

**10.1.3.2.** O Invólucro n.º 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**10.1.3.3.** O Invólucro n.º 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria antes da abertura do Invólucro n.º 2.

## **11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**11.1.** A licitante apresentará sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos indicados a seguir:

| <b>QUESITOS</b>                                    | <b>SUBQUESITOS</b>                         |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 1. Plano de Comunicação Publicitária               | I. Raciocínio Básico                       |
|                                                    | II. Estratégia de Comunicação Publicitária |
|                                                    | III. Ideia Criativa                        |
|                                                    | IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia        |
| 2. Capacidade de Atendimento                       |                                            |
| 3. Repertório                                      |                                            |
| 4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação |                                            |

**11.1.1.** A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

**11.2. Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada:** para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

**11.2.1.** Em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

**11.2.2.** Capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 g/m<sup>2</sup>, ambas em branco;

**11.2.3.** Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m<sup>2</sup>, orientação retrato, observado o disposto no subitem 11.2.14.3.2 deste Edital;

**11.2.4.** Espaçamentos de 3 cm nas margens esquerda e superior e de 2 cm nas margens direita e inferior, a partir das respectivas bordas, com tolerância máxima de 10% para mais ou para menos (entre 2,7 cm e 3,3 cm nas margens esquerda e superior e entre 1,8 cm e 2,2 cm nas margens direita e inferior);

**11.2.5.** Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

**11.2.6.** Espaçamento simples entre todas as linhas do documento, sem espaçamentos entre títulos, subtítulos e/ou subitens;

**11.2.7.** Títulos, subtítulos e/ou subitens do documento devem ser lançados na linha imediatamente posterior ao do subitem anterior, respeitando-se todas as determinações do subitem 11.2 deste Edital;

**11.2.8.** Alinhamento justificado do texto;

**11.2.9.** Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.13 e 11.2.15 deste Edital;

**11.2.10.** Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

**11.2.11.** Sem uso de negrito em nenhuma parte do documento;

**11.2.12.** Sem uso de palavras ou frases em caixa-alta em nenhuma parte do documento.

**11.2.13.** As especificações do subitem 11.2 deste Edital não se aplicam às peças de que trata o subitem 11.3.3.2 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.5.10 deste Edital.

**11.2.14.** Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

**11.2.14.1.** Poderão ser editados em cores;

**11.2.14.2.** As páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

**11.2.14.2.1.** Apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite

---

previsto no subitem 11.2.18 deste Edital, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

**11.2.14.2.2.** Impressas na orientação paisagem.

**11.2.15.** Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

**11.2.15.1.** Ser editados em cores;

**11.2.15.2.** Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

**11.2.15.3.** Ter qualquer tipo de formatação de margem;

**11.2.15.4.** Ser apresentados em papel A3 dobrado.

**11.2.15.5.** As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

**11.2.16.** Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.1 deste Edital e poderão ser apresentados em formato A4 ou A3, podendo ainda ser apresentados em papel especial com gramatura superior ao solicitado na proposta técnica e nos formatos retrato ou paisagem, desde que se adequem às dimensões do Invólucro n.º 1.

**11.2.17.** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro n.º 2.

**11.2.18.** Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista no subitem 11.3.3.1 deste Edital estão limitados, no conjunto, a dez páginas.

**11.2.19.** Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto nos subitens 10.1.1.2.3, 23.2.5.3 e 23.2.5.4 deste Edital.

**11.2.20.** Para fins desta Concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados, ou seja, que não dependem de um canal para a divulgação, como ocorre no meio online.

**11.3.** A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo II), observadas as seguintes orientações:

**11.3.1.** Subquesto 1 - Raciocínio Básico – apresentação em que a licitante descreverá:

**11.3.1.1.** Análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

**11.3.1.2.** Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

**11.3.1.3.** Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no

---

Briefing.

**11.3.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** – apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

**11.3.2.1.** Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

**11.3.2.2.** Proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

**11.3.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa** – apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

**11.3.3.1.** Relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

**11.3.3.2.** Exemplos das peças, constantes da relação prevista no subitem anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.5 deste Edital.

**11.3.3.3.** A descrição mencionada no subitem 11.3.3.1 deste Edital está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

**11.3.3.4.** Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.5 deste Edital, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada no subitem 11.3.3.1 deste Edital deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

**11.3.3.5.** Os exemplos de peças publicitárias de que trata o subitem 11.3.3.2 deste Edital estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

**11.3.3.5.1.** Roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;

**11.3.3.5.2.** Roteiro ou 'Monstro' para *spot* de rádio;

**11.3.3.5.3.** Storyboard animado ou animatic, roteiro para os meios TV, cinema e internet;

**11.3.3.5.4.** 'Boneca' ou layout dos materiais de não mídia;

**11.3.3.5.5.** As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 11.2.16 deste Edital. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro n.º 1 poderão ser

---

dobradas.

**11.3.3.5.6.** Na elaboração de ‘monstro’ ou roteiro para *spot* de rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

**11.3.3.5.7.** Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

**11.3.3.5.8.** O ‘monstro’ ou roteiro e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

**11.3.3.5.9.** Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independentemente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

**11.3.3.5.10.** Para facilitar seu cotejo pelos integrantes da Subcomissão Técnica com a relação prevista no subitem 11.3.3.1 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

**11.3.3.6.** Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

**11.3.3.6.1.** As reduções e variações de formato serão consideradas novas peças;

**11.3.3.6.2.** Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

**11.3.3.6.3.** Uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

**11.3.3.6.4.** Um hot site e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

**11.3.3.6.5.** Um filme e o hot site que o hospeda serão considerados duas peças;

**11.3.3.6.6.** Um banner e o hot site por ele direcionado serão considerados duas peças.

**11.3.3.6.7.** Na apresentação de proposta de hot site a que se refere o subitem

---

11.3.3.6.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

**11.3.4. Subquestito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** – constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

**11.3.4.1.** Estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

**11.3.4.2.** Tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

**11.3.4.3.** Plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas e faixas horárias.

**11.3.4.4.** Todas as peças publicitárias, que integrem a relação prevista no subitem 11.3.3.1 deste Edital, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

**11.3.4.5.** O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

**11.3.4.5.1.** O período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

**11.3.4.5.2.** As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

**11.3.4.5.3.** Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

**11.3.4.5.4.** Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;

**11.3.4.5.5.** As quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;

**11.3.4.5.6.** Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;

**11.3.4.5.7.** Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia;

**11.3.4.5.8.** Os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

---

**11.3.4.6.** Nessa simulação:

**11.3.4.6.1.** Os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

**11.3.4.6.2.** Não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços, exceto redes sociais;

**11.3.4.6.3.** Deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680, de 1965;

**11.3.4.6.4.** Deverão ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

**11.3.4.6.5.** Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere o subitem 11.3.4.7.1 deste Edital deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

**11.4.** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, **sem os exemplos de peças** publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

**11.4.1.** Ter a identificação da licitante;

**11.4.2.** Ser datado;

**11.4.3.** Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**11.5.** Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico ou em caderno conjunto com os quesitos 3 e 4, a seu critério, na orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4 ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**11.5.1.** O caderno citado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da sua autoria antes da abertura do Invólucro 2.

**11.6.** A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

**11.6.1.** Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação (considera-se a data de publicação do aviso), com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

**11.6.2.** Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à

---

disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

**11.6.3.** Infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;

**11.6.4.** Sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

**11.6.5.** Relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

**11.7.** Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico ou em caderno conjunto com os quesitos 2 e 4, a seu critério, na orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4 ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

**11.8.** O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

**11.8.1.** A licitante deverá apresentar 5 (cinco) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

**11.8.1.1.** As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2018.

**11.8.1.2.** As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno previsto no subitem 11.7 deste Edital ou ser apresentadas soltas.

**11.8.1.3.** As peças gráficas poderão integrar o caderno previsto no subitem 11.7 deste Edital ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

**11.8.1.3.1.** Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

**11.8.2.** Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propõe a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

**11.8.3.** As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

**11.9.** Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno

---

específico ou em caderno conjunto com os quesitos 2 e 3, a seu critério, na orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

**11.10.** A licitante deverá apresentar 01 (um) relato de Soluções de Problemas de Comunicação, com o máximo de 03 (três) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seu cliente, na superação de desafios de comunicação. O Relato:

**11.10.1.** Deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

**11.10.2.** Não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

**11.10.3.** Deverá estar formalmente validado pelo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

**11.10.4.** O Relato de que trata o subitem 11.10 deste Edital deve ter sido implementado a partir de 1º de janeiro de 2015.

**11.10.5.** É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, observando-se as seguintes regras:

**11.10.5.1.** As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno previsto no subitem 11.9 deste Edital ou ser apresentadas soltas;

**11.10.5.2.** As peças gráficas poderão integrar o caderno previsto no subitem 11.9 deste Edital, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

**11.10.5.3.** Para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

## **12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

**12.1.** A Subcomissão Técnica, prevista no item 20 deste Edital, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

**12.2.1.** Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

**12.2.1.1.** Subquesito 1 - Raciocínio Básico

---

| Atributos                                                         | Pontuação Máxima |
|-------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1. O conhecimento das características gerais do Anunciante        | 01               |
| 2. Estratégias que maximizam as qualidades do Anunciante          | 01               |
| 3. Comunicação simples e direta                                   | 01               |
| 4. Clareza na apresentação da proposta para apresentar o problema | 01               |
| 5. Compreensão do problema apresentado no Briefing                | 01               |
| <b>Pontuação Total</b>                                            | <b>05</b>        |

**12.2.1.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária**

| Atributos                                                                                                                 | Pontuação Máxima |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1. Assertividade e convergência das estratégias de comunicação apresentadas                                               | 04               |
| 2. Diversidade das estratégias de comunicação contemplando diferentes plataformas, veículos, peças, formatos e linguagens | 04               |
| 3. Clareza e coesão na explanação da proposta de estratégia de comunicação                                                | 04               |
| 4. Aderência das estratégias apresentadas aos públicos identificados pela licitante                                       | 04               |
| 5. Caráter inovador das estratégias de comunicação apresentadas                                                           | 04               |
| <b>Pontuação Total</b>                                                                                                    | <b>20</b>        |

**12.2.1.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa**

| Atributos                                                         | Pontuação Máxima |
|-------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1. Caráter inovador da ideia criativa                             | 05               |
| 2. Adequação e alinhamento da ideia criativa ao tema              | 05               |
| 3. Aplicação e desdobramento dos conceitos criativos              | 05               |
| 4. Acabamento e finalização estética das peças e correção textual | 05               |
| <b>Pontuação Total</b>                                            | <b>20</b>        |

**12.2.1.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia**

| Atributos                                                                          | Pontuação Máxima |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1. Adequação das plataformas, canais e veículos sugeridos ao público-alvo          | 02               |
| 2. Distribuição dos valores em cada mídia visando abrangência, audiência e alcance | 02               |
| 3. Eficácia das ferramentas e indicadores utilizados na medição de resultados      | 02               |
| 4. O estudo de distribuição de verba.                                              | 02               |
| 5. A coerência e pertinência na escolha das mídias (on-line e                      | 02               |

|                                                                                                 |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <i>off-line</i> ) e não mídia (ações em mídias específicas, diferenciadas das mídias de massa). |           |
| <b>Pontuação Total</b>                                                                          | <b>10</b> |

**12.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**

| <b>Atributos</b>                                                                                                                                                                                                      | <b>Pontuação Máxima</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 1. O porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um                                                                                                            | 05                      |
| 2. A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE.          | 05                      |
| 3. A adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato.                                                                                                    | 05                      |
| 4. A funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante.                                                                                                                                   | 05                      |
| 5. 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 ANUNCIANTE. | 05                      |
| <b>Pontuação Total</b>                                                                                                                                                                                                | <b>25</b>               |

**12.2.3. Quesito 3 - Repertório**

| <b>Atributos</b>                                                                                                           | <b>Pontuação Máxima</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 1. Raciocínio básico que evidencie a compreensão dos problemas identificados no <i>briefing</i> das campanhas apresentadas | 2,5                     |
| 2. Eficiência e pertinência das estratégias de comunicação sugeridas nas campanhas                                         | 2,5                     |
| 3. Originalidade, criatividade e inovação das ideias criativas                                                             | 2,5                     |
| 4. Estratégias de mídia adequadas                                                                                          | 2,5                     |
| <b>Pontuação Total</b>                                                                                                     | <b>10</b>               |

**12.2.4. Quesito 4 - Relato de Soluções de Problemas de Comunicação**

| <b>Atributos</b>                                                                                        | <b>Pontuação Máxima</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 1. A evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária | 2,5                     |
| 2. A demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos da comunicação  | 2,5                     |
| 3. A complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos | 2,5                     |
| 4. O encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.                                         | 2,5                     |
| <b>Pontuação Total</b>                                                                                  | <b>10</b>               |

**12.3.** A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

**12.3.1.** Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

**12.3.2.** Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

| QUESITOS                                          |                                                   | PONTUAÇÃO MÁXIMA |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------|------------------|
| 1. Plano de Comunicação Publicitária              |                                                   | 55               |
| Subquesito                                        | <i>I. Raciocínio Básico</i>                       | 5                |
|                                                   | <i>II. Estratégia de Comunicação Publicitária</i> | 20               |
|                                                   | <i>III. Ideia Criativa</i>                        | 20               |
|                                                   | <i>IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia</i>        | 10               |
| 2. Capacidade de Atendimento                      |                                                   | 25               |
| 3. Repertório                                     |                                                   | 10               |
| 4. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação |                                                   | 10               |
| PONTUAÇÃO TOTAL                                   |                                                   | 100              |

**12.3.3.** A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

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

**12.3.5.** A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

**12.4.** Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

**12.5.** Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

---

**12.5.1.** Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro n.º 2;

**12.5.2.** Não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;

**12.5.3.** Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

**12.5.4.** Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

**12.6.** Se houver empate que impossibilite a identificação automática da melhor Proposta Técnica, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

**12.7.** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 deste Edital ou em ato público marcado pela CPL, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

### **13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

#### **Invólucro n.º 4**

**13.1.** No Invólucro n.º 4 deverá estar acondicionada a Proposta de Preços das licitantes.

**13.1.1.** O Invólucro n.º 4 deverá estar fechado, rubricado no fecho e com a seguinte identificação:

#### **Invólucro n.º 4**

Proposta de Preços

Nome empresarial: \_\_\_\_\_

CNPJ da licitante: \_\_\_\_\_

Concorrência n.º 05/2024 – Município de Assis Chateaubriand.-PR

**13.1.2.** O Invólucro n.º 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

### **14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**14.1.** A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo IV deste Edital e apresentada pela licitante em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**14.2.** Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta

---

de Preços, ressalvado que, nos termos do § 1º do art. 46 da Lei n.º 8.666/93, não serão aceitos:

**14.2.1.** Percentual de desconto inferior a 50% (cinquenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada, referentes à peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65;

**14.2.2.** Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65;

**14.2.3.** Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65.

**14.3.** O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

**14.3.1.** Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 deste Edital ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a CPL realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei n.º 8.666/93, como forma de prorrogar o referido prazo.

**14.3.1.1.** A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

## **15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

**15.1.** As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

**15.2.** Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

**15.3.** Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes aos subitens 14.2.2 e 14.2.3 e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente ao subitem 14.2.1, todos deste Edital.

**15.4.** Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 15.3 deste Edital, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes aos subitens 14.2.2 e 14.2.3 deste Edital.

**15.5.** Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial ou Permanente de Licitação considerará o valor por extenso.

## **16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS**

---

**16.1.** O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei n.º 14.133/21, para o tipo Melhor Técnica.

**16.2.** Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a proposta de menor preço e nem concordar em praticá-lo, 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 presente certame, observada a mesma previsão legal.

**16.3.** A licitante que não concordar em praticar a proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

## **17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**17.1.** Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial ou Permanente de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

**17.1.1.** A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será inabilitada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.1 deste Edital.

### **Invólucro n.º 5**

**17.1.2.** Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro n.º 5, que deverá estar fechado, rubricado no fecho e com a seguinte identificação:

#### **Invólucro n.º 5**

Documentos de Habilitação

Nome empresarial: \_\_\_\_\_

CNPJ da licitante: \_\_\_\_\_

Concorrência n.º 05/2024 – Município de Assis Chateaubriand-PR

**17.1.3.** O Invólucro n.º 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

## **18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**18.1.** Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

**18.1.1.** Em via original; ou

**18.1.2.** Sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

**18.1.3.** Em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

**18.1.4.** Em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência

---

pela Comissão Permanente de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

**18.1.5.** Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

**18.1.6.** Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

**18.2.** Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

**18.3.** Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista dos subitens a seguir:

**18.3.1. Habilitação Jurídica:**

**18.3.1.1.** Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

**18.3.1.1.1.** Os documentos mencionados no subitem 18.3.1.1 deste Edital deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência.

**18.3.1.2.** Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

**18.3.1.3.** Ato de autorização, quando se tratar 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 o exigir;

**18.3.1.4.** Registro comercial, em caso de empresa individual.

**18.3.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista:**

**18.3.2.1.** Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ;

**18.3.2.2.** 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 com jurisdição sobre a sede da licitante;

**18.3.2.3.** Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

**18.3.2.4.** Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo

---

de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

**18.3.2.5.** Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

**18.3.2.6.** Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

**18.3.2.7.** Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

**18.3.2.8.** Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

**18.3.3. Qualificação Técnica:**

**18.3.3.1.** 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 subitem 2.1 deste Edital;

**18.3.3.2.** 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.º 12.232/10.

**18.3.3.2.1.** O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial.

**18.3.3.2.2.** O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.

**18.3.4. Qualificação Econômico-financeira:**

**18.3.4.1.** Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

**18.3.4.1.1.** Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação.

**18.3.4.1.2.** No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

**18.3.4.1.3.** No caso de certidão positiva de recuperação judicial ou extrajudicial, a licitante deverá apresentar a comprovação de que o respectivo plano de recuperação foi acolhido judicialmente, na forma do art. 58 da Lei n.º 11.101, de 09 de fevereiro de 2005, sob pena de inabilitação, devendo, ainda, comprovar todos os demais requisitos de habilitação.

---

**18.3.4.2.** Balanço Patrimonial (BP) e Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), referentes ao último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

**18.3.4.2.1.** É admissível o balanço intermediário, se decorrer de lei ou de disposição do contrato social/estatuto social.

**18.3.4.2.2.** O balanço patrimonial e a demonstração de resultado do exercício deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional.

**18.3.4.2.3.** Se necessária a atualização do balanço, da demonstração de resultado do exercício e do patrimônio líquido deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional.

**18.3.4.2.4.** O balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante, e apresentado de acordo com os subitens 18.3.4.2.4.1 a 18.3.4.2.4.3 deste Edital, ou autenticados por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme subitem 18.3.4.2.4.4 deste Edital:

a) Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-Lei n.º 486, de 03 de março de 1969;

b) Sociedades empresárias regidas pelas disposições da Lei n.º 6.404, de 1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante. As companhias de capital aberto e as de grande porte deverão apresentar, ainda, relatório de auditoria elaborado por auditores independentes registrados na Comissão de Valores Mobiliários, nos termos do § 3º do art. 177 da Lei n.º 6.404, de 1976.

---

c) Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

d) Para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

*d.1) Balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício;*

*d.2) Termo de abertura e encerramento;*

*d.3) Recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.*

e) As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional, e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

*e.1) Balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;*

*e.2) Balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.*

**18.3.4.3.** A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

**18.3.4.3.1.** Do balanço referido no subitem 18.3.4.2 deste Edital, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>01):

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

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

**18.3.4.3.2.** Do balanço referido no subitem 18.3.4.2.5 deste Edital, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 01):

$$S = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

---

**18.3.4.4.** Os índices de que tratam os subitens 18.3.4.3.1 e 18.3.4.3.2 deste Edital serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

**18.3.4.5.** A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos no subitem 18.3.4.3.1 deste Edital, ou menor que 01 (um) no cálculo do índice referido no subitem 18.3.4.3.2 deste Edital, para ser considerada habilitada na Qualificação Econômico-financeira deverá ter, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 10% (dez por cento) do valor previsto para a licitação.

## **19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**19.1.** A Comissão Especial ou Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4 deste Edital, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

**19.2.** Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

## **20. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**20.1.** Esta Concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

**20.2.** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, formalmente designadas por meio da Portaria n° 1154/2024, de 07 de junho de 2024.

**20.3.** Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o ANUNCIANTE.

**20.4.** A escolha dos membros da Subcomissão Técnica se deu por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que teve ~~03 (três)~~ integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e ~~06 (seis)~~ nomes sem vínculo com o ANUNCIANTE, por ele previamente cadastrados por meio da Chamada Pública n° 02/2024.

**20.5.** A CPL e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta licitação e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos da Lei nº 8.666/93.

**20.6.** Os membros da CPL e da Subcomissão Técnica poderão ser responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei n.º 8.666/93, no que couber.

## **21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

---

**21.1.** A juízo da CPL, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação na imprensa oficial é obrigatória:

**21.1.1.** Nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;

**21.1.2.** No sítio eletrônico oficial do Município de Assis Chateaubriand; ou

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

## **22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

**22.1.** Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar do dia útil imediatamente subsequente ao da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Prefeito Municipal, por intermédio da Comissão Especial ou Permanente de Licitação, protocolizada no Protocolo Geral do Município de Assis Chateaubriand, em dias úteis, das 08h às 17:30h, ou enviada para o e-mail [comprasassis@hotmail.com](mailto:comprasassis@hotmail.com).

**22.2.** Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, mediante publicação de aviso no Órgão Oficial do Município e envio de e-mail para o endereço cadastrado, as quais poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis, a contar do dia útil imediatamente subsequente ao da intimação, pelos mesmos meios da via recursal.

**22.3.** Intimada ou notificada a parte em sábado ou feriado, a ciência para efeito de contagem do prazo recursal será considerada no primeiro dia útil imediato e a contagem no subsequente.

**22.4.** Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial ou Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 03 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao Prefeito Municipal, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

**22.5.** Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

**22.6.** Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados no sítio eletrônico do Município na internet.

## **23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

**23.1.** Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial ou Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

**23.1.1.** A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

**23.1.2.** Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

**23.1.3.** Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

---

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

**23.1.5.** Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Permanente de Licitação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1 deste Edital.

**23.1.6.** Qualquer tentativa de licitante influenciar a CPL ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

**23.1.7.** Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

**23.1.8.** A CPL poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

### **Primeira Sessão**

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

**23.2.1.** Identificar os representantes das licitantes, por meio da documentação exigida no subitem 8.1 deste Edital;

**23.2.2.** Verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

**23.2.3.** Receber os Invólucros n.º 1, n.º 2, n.º 3 e n.º 4 das licitantes em condições de participação;

**23.2.4.** Conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

**23.2.5.** O Invólucro n.º 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se:

**23.2.5.1.** Não estiver identificado;

**23.2.5.2.** Não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro n.º 2;

**23.2.5.3.** Não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro n.º 2.

**23.2.5.4.** Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nos subitens 23.2.5.1, 23.2.5.2 e 23.2.5.3 deste Edital, a Comissão Permanente de Licitação não receberá o

---

Invólucro n.º 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

**23.2.6.** A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

**23.2.6.1.** Rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros n.º 2 e n.º 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos Invólucros n.º 1 e n.º 3;

**23.2.6.2.** Retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro n.º 1;

**23.2.6.3.** Abrir os Invólucros n.º 3 e rubricar seu conteúdo;

**23.2.6.4.** Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros n.º 1 e n.º 3;

**23.2.6.5.** Informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

**23.2.6.6.** A CPL, antes do procedimento previsto no subitem 23.2.6.2 deste Edital, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

**23.2.6.6.1.** Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros n.º 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Permanente de Licitação.

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

**23.2.7.** A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros n.º 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas no subitem 23.2.6.2 deste Edital.

**23.2.8.** Abertos os Invólucros n.º 1 e n.º 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

**23.2.9.** Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.10 deste Edital e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 21 deste Edital, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

**23.2.9.1.** Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitação, pertinentes à primeira sessão,

---

esta divulgará o resultado na forma do item 21 deste Edital, abrindo-se o prazo para recursos, conforme disposto no item 22 deste Edital.

**23.2.10.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

**23.2.10.1.** Encaminhamento, pela CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros n.º 1 (Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

**23.2.10.2.** Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros n.º 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios deste Edital;

**23.2.10.3.** Elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros n.º 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à CPL, na devolução dos Invólucros n.º 1;

**23.2.10.4.** Somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros n.º 1, mencionados no subitem anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros n.º 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

**23.2.10.5.** Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros n.º 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

**23.2.10.6.** Elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros n.º 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, na devolução dos Invólucros n.º 3.

**23.2.10.7.** Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nos subitens 12.5.2 e 12.5.3 deste Edital, a pontuação atribuída pela Subcomissão a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**23.2.10.8.** O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso do subitem 12.5.1 deste Edital, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro 2.

**23.2.11.** As planilhas previstas nos subitens 23.2.10.3 e 23.2.10.6 deste Edital conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de

---

cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

### **Segunda Sessão**

**23.3.** Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros n.º 1 e n.º 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial ou Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

**23.3.1.** Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

**23.3.2.** Abrir os Invólucros n.º 2;

**23.3.3.** Cotejar os documentos constantes dos Invólucros n.º 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros n.º 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

**23.3.4.** Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

**23.3.5.** Proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;

**23.3.6.** Executar o sorteio previsto no subitem 12.7 deste Edital, se for o caso;

**23.3.7.** Informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

**23.3.8.** Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da CPL.

### **Terceira Sessão**

**23.4.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

**23.4.1.** Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

**23.4.2.** Abrir os Invólucros n.º 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

**23.4.3.** Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros n.º 4;

**23.4.4.** Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a

---

elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

**23.4.5.** Identificar a Proposta de menor preço, nos termos do subitem 15.3 deste Edital, e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

**23.4.6.** Efetuar com a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço, a negociação prevista no inciso II do § 1º do art. 46 da Lei n.º 8.666/93, nos termos da proposta de menor preço;

**23.4.7.** Adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada no subitem precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame;

**23.4.8.** Declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços a licitante que tenha sido mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço ou que tenha sido mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica e tenha concordado em praticar a Proposta de menor preço, entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

**23.4.9.** Informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

### **Quarta Sessão**

**23.5.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

**23.5.1.** Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

**23.5.2.** Verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

**23.5.3.** Receber e abrir os Invólucros n.º 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

**23.5.4.** Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

**23.5.5.** Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros n.º 5;

**23.5.6.** Dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicada na forma do item 21 deste Edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto

---

na alínea 'a' do inciso I do art. 109 da Lei n.º 8.666/93;

**23.5.7.** Informar que será publicado, na forma do item 21, o nome da licitante vencedora desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

## **24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

**24.1.** Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta Concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 31.9 deste Edital.

**24.2.** Será vencedora desta Concorrência a licitante que:

**24.2.1.** Tenha sido mais bem classificada no julgamento das Propostas Técnicas;

**24.2.2.** Tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 15 deste Edital, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no art. 61, §1º da Lei nº 14.133/21; e

**24.2.3.** Tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

## **25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS**

**25.1.** A licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo VIII deste Edital.

**25.1.1.** O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.

**25.1.1.1.** Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

**25.2.** A convocação dar-se-á mediante notificação publicada no Órgão Oficial do Município de Assis Chateaubriand – Pr., e encaminhada ao endereço de correio eletrônico informado pela licitante em sua Proposta de Preços, facultando-se ainda a utilização de outros meios, a critério do ANUNCIANTE.

**25.2.1.** Alternativamente à convocação para comparecer perante o ANUNCIANTE para a assinatura do contrato, o ANUNCIANTE poderá encaminhá-lo para assinatura mediante correspondência postal com aviso de recebimento (AR) ou meio eletrônico, para que seja assinado e devolvida no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data de seu recebimento.

**25.3.** O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado até o limite de 10 anos,

---

conforme minuta (Anexo VIII).

**25.4.** O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Minuta de Contrato (Anexo VIII).

**25.5.** A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta Concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei n.º 12.232, de 2010.

**25.6.** Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência e a Proposta de menor preço.

**25.7.** Se houver alguma divergência entre o que estiver disposto no Estudo Técnico Preliminar, no Termo de Referência ou neste edital, prevalecerá o que consta no edital.

## **26. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DA CONTRATANTE**

**26.1.** As obrigações das partes estão estabelecidas no Contrato (Anexo VIII).

## **27. FISCALIZAÇÃO**

**27.1.** O ANUNCIANTE designará, por meio de Portaria ou no próprio instrumento contratual, o gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante desta 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.

## **28. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO**

**28.1.** A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 15 deste Edital.

**28.2.** O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias após o recebimento da Nota Fiscal, que deverá estar devidamente preenchida, sem rasuras e atestada pela Superintendência de Administração e Finanças, certificando que a obrigação contratual foi cumprida.

**28.3.** A Nota Fiscal deverá ser emitida pela Contratada, obrigatoriamente com o número do CNPJ apresentado nos documentos de habilitação e na proposta de preços, não se admitindo Notas Fiscais/Faturas emitidas com outro CNPJ, mesmo aqueles de filiais ou matriz.

**28.4.** Os pagamentos devidos pelo Município de Assis Chateaubriand só serão liquidados através de transferência bancária (conforme Inciso II do Artigo 32 da Instrução Normativa nº 045/2010/TCE-PR), em conta corrente indicada pela contratada.

**28.5.** No ato do pagamento, se houver qualquer multa a descontar, será o valor correspondente deduzido da quantia devida.

---

**28.6.** Não será efetuado qualquer pagamento à contratada enquanto houver pendência de liquidação da obrigação financeira em virtude de penalidade ou inadimplência contratual.

## **29. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**29.1.** Será aplicada à contratada multa compensatória de até XX%, (recomendado: 1%) calculada sobre a estimativa de despesas prevista neste edital, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/21, diante das seguintes ocorrências:

- a) Recusa injustificada em assinar o contrato no prazo estipulado;
- b) Não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

**29.2.** O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

**29.3.** O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo ANUNCIANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes.

**29.4.** Em qualquer hipótese de aplicação de sanções, será assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

## **30. DISPOSIÇÕES FINAIS**

**30.1.** É facultada à Comissão Especial ou Permanente de Licitação, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

**30.2.** A CPL, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do ANUNCIANTE para assinatura do contrato.

**30.3.** A CPL deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2.

**30.4.** Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

**30.4.1.** Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta Concorrência.

**30.5.** Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se

---

disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

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

**30.7.** É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis.

**30.8.** Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

**30.9.** Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

**30.9.1.** A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei n.º 14.133/21.

**30.9.2.** O ANUNCIANTE poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

**30.10.** Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Especial ou Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

**30.11.** Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Órgão Oficial Eletrônico do Município de Assis Chateaubriand, na forma prevista no art. 89 da Lei n.º 14.133/21.

**30.12.** As questões suscitadas por este Edital que não forem dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas na Comarca de Assis Chateaubriand Estado do Paraná.

**30.13.** Integram este Edital os seguintes Anexos:

- 30.13.1.** Anexo I: Termo de Referência e Estudo Técnico Preliminar;
  - 30.13.2.** Anexo II: Briefing
  - 30.13.3.** Anexo III: Modelo de Procuração;
  - 30.13.4.** Anexo IV: Modelo de Proposta de Preços;
  - 30.13.5.** Anexo V: Modelo de Declaração XXXIII do Art. 7º da CF;
  - 30.13.6.** Anexo VI: Modelo de Declaração Inexistência de Fatos Superveniente;
  - 30.13.7.** Anexo VII: Modelo de Declaração de Vedação ao Nepotismo;
-

**30.13.8.** Anexo VIII: Minuta do Contrato

Assis Chateaubriand, ..... de ..... de 2024.

Valter Aparecido Souza Correia  
**Prefeito Municipal**

**ANEXO I**  
**TERMO DE REFERÊNCIA**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

**Contratação de Serviços de Publicidade prestados  
por intermédio de agência de propaganda**

O Termo de Referência (TR) é um documento da fase preparatória do processo licitatório (art. 18, inciso II, da Lei Federal nº. 14.133, de 2021), cuja função é definir o objeto que será contratado pela administração para o atendimento de uma necessidade, devendo estar alinhado com o Estudo Técnico Preliminar. O TR possui fundamentação no inciso XXIII, do art. 6º, da Lei Federal nº. 14.133, de 2021.

**Sumário**

|                                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1.OBJETO E CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO .....</b>           | <b>42</b> |
| <b>2.FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO .....</b>                       | <b>44</b> |
| <b>3.REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO .....</b>                          | <b>44</b> |
| <b>4.MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO .....</b>                       | <b>46</b> |
| <b>5.MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO .....</b>                       | <b>47</b> |
| <b>6.CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO .....</b>                   | <b>50</b> |
| <b>7.PROCEDIMENTO DE TRANSIÇÃO E FINALIZAÇÃO CONTRATUAL .....</b> | <b>52</b> |

---

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>8.FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR.....</b> | <b>53</b> |
| <b>9.HABILITAÇÃO .....</b>                               | <b>57</b> |
| <b>10. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO .....</b>      | <b>59</b> |
| <b>11. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA.....</b>                   | <b>61</b> |

## **1. OBJETO E CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO**

### **1.1. Objeto**

O presente Termo de Referência tem por objeto a **contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda**, conforme as condições e exigências estabelecidas neste documento.

A descrição detalhada do objeto, nos termos da Lei nº 12.232/2010, é:

*“Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto 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 junto a públicos de interesse.*

*Também integram o objeto desta licitação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:*

*a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;*

*b) À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;*

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

---

A licitação seguirá as determinações e os ritos dispostos na Lei nº 12.232/2010, para a contratação de uma agência de propaganda.

## **1.2. Quantitativos**

A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais geralmente caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem natureza intelectual e criativa, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a *expertise* das agências de propaganda na proposição das soluções de comunicação e publicitárias mais adequadas aos objetivos e desafios de comunicação estabelecidos em cada demanda.

## **1.3. Prazo do Contrato**

O prazo de vigência da contratação é de 12 meses, contados da assinatura do contrato, prorrogável por até 10 anos, na forma dos arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

O serviço é enquadrado como continuado, conforme detalhado no Estudo Técnico Preliminar (ETP), sendo a vigência plurianual mais vantajosa para a administração, considerando especialmente a complexidade do certame e o tempo necessário para a realização do processo licitatório.

## **1.4. LC nº 123/2006**

A participação é aberta a todos, sem exclusividade ou reserva de lotes para microempresas, empresas de pequeno porte e equiparados aos benefícios do Decreto nº 47.437/2018 e Lei Complementar nº 123/2006.

---

## **2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO**

Conforme detalhado no ETP desta contratação, os serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, têm por objetivo o atendimento ao princípio da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 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 das realizações e tomar as providências necessárias ao controle da legalidade, moralidade e eficiência das atividades do Poder Público.

Além disso, busca-se atender ao direito de acesso à informação previsto na Lei nº 12.527/11 de forma ativa, por meio de ações que visem difundir ideias e princípios, posicionar a instituição e seus programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

Em outras palavras, o objetivo da contratação é levar informação e orientação à população de Assis Chateaubriand, da região, visitantes e potenciais investidores.

Os serviços de publicidade constituem contratação *sui generis* na administração pública, tanto é verdade que existe lei específica tratando deste objeto.

Neste sentido, os requisitos e condições de contratação e execução são aqueles previstos nas leis que regem a contratação e atividade publicitária no país, notadamente as Leis nº 12.232/2010 e 4.680/1965.

### **2.1. Descrição da Solução**

O objeto de contrato de serviços de publicidade encontra-se claramente definido no art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

Dessa forma, a solução a ser contratada – publicidade *full service* – atende plenamente às necessidades do Município e está disciplinada pela Lei nº 12.232/2010. Trata-se da forma mais adequada para que o Município atenda sua demanda e exerça sua política de comunicação perante à sociedade, conforme apontado no ETP.

## **3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

### **3.1. Da Participação de Consórcio**

---

Em relação à permissão ou não de consórcios nas licitações públicas, é pacífico na doutrina e na jurisprudência o entendimento de que esta é uma decisão discricionária do ente licitante, que define caso a caso esta possibilidade sempre com vistas à defesa do interesse público e ao aumento da competitividade, se o mercado em que está inserto o objeto da licitação assim o exigir.

Consequentemente, não é todo e qualquer objeto que justificará a admissão de consórcios na licitação, sendo esse usualmente cabível para contratações de alta complexidade técnica e/ou vulto econômico, para as quais nenhuma ou poucas empresas do mercado específico do objeto da licitação possuiriam condições para se habilitar no certame de forma isolada, o que não se revela no caso concreto.

Desta forma, em razão do objeto (serviços de publicidade) e do valor desta contratação não ser vultuoso, entende-se que há diversas agências de propaganda capazes de prestar o serviço isoladamente de maneira satisfatória, não se justificando a formação de consórcio para participar do certame, de modo que é plenamente razoável vedar a participação de consórcios na licitação que advirá.

### **3.2. Da Subcontratação**

Considerando a natureza intelectual e criativa do serviço, não será admitida a subcontratação do objeto contratual, ressalvadas as contratações de serviços de terceiros de que trata o Capítulo III da Lei nº 12.232/2010.

### **3.3. Da Sustentabilidade**

Embora esta contratação não apresente impactos ambientais relevantes, é oportuno inserir no edital e no contrato a disposição de que “o contratante deverá adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição”.

### **3.4. Da Garantia da Contratação**

Não será exigida garantia de execução da contratação para este objeto.

### **3.5. Modalidade e Critério de Julgamento (Tipo) da Licitação**

---

Conforme justificado no ETP, deverão ser adotados na licitação a modalidade **Concorrência** e o critério de julgamento (tipo) **Melhor Técnica**.

#### **4. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

##### **4.1. Prazo e Condições da Prestação do Serviço**

4.1.1. A execução do objeto seguirá a seguinte dinâmica:

4.1.1.1. A cada necessidade de comunicação, serviço ou desenvolvimento de campanha publicitária, tendo como base o calendário de campanhas apresentado no ETP – mas não se prendendo a ele –, o setor responsável do contratante, por meio do gestor do contrato, apresentará a demanda e valor máximo disponível para a agência contratada, em forma de solicitação ou *briefing*, preferencialmente por e-mail, podendo ser por outra forma avençada pelas partes, o que equivalerá a uma ordem de serviço;

4.1.1.2. Recebida a demanda, a agência contratada apresentará as cotações de preços no caso de serviços de terceiros ou sua proposta de preços com base na tabela SINAPRO e o plano de distribuição de mídia, para aprovação;

4.1.1.3. No caso de campanhas publicitárias, a agência apresentará o esboço da campanha para aprovação, sendo que após esta validação preliminar irá desenvolver todas as peças publicitárias seguindo a identidade visual aprovada;

4.1.1.4. Vencidas essas etapas, a agência contratada emitirá os Pedidos de Inserção (PIs) para aprovação e posterior envio aos órgãos de comunicação para veiculação da campanha publicitária;

4.1.1.5. No caso de serviços de terceiros, estes entregarão diretamente ao contratante os materiais ou serviços produzidos;

4.1.1.6. A contratada terá os seguintes prazos para atender as demandas: - criação de campanha publicitária e respectivas peças: 10 dias; - quando for requerida urgência devidamente justificada na criação da campanha e peças: 3 dias; criação de logos, marcas ou identidades isoladas: até cinco dias; - serviços de terceiros: conforme peculiaridade de cada caso e prazos normais dos fornecedores;

---

4.1.1.7. Realizados os serviços, todos os comprovantes de veiculação ou de entrega deverão ser encaminhados pela contratada ao contratante juntamente com a Nota Fiscal, para conferência, atesto e demais encaminhamentos visando ao pagamento.

#### **4.2. Do Local e Horário da Prestação do Serviço**

O local base considerado para a prestação dos serviços é a sede da Prefeitura de Assis Chateaubriand, localizada na Av. Cívica s/nº, Centro, CEP 85.936-000. O horário é o de expediente da Prefeitura, a saber: de segunda à sexta-feira, das 08h às 12h e das 13h30 às 17h30.

A agência contratada ficará à disposição do Município sem, contudo, ter que montar, necessariamente, uma estrutura física em Assis Chateaubriand, na medida em que a proximidade pode ser adequadamente obtida com os recursos digitais disponíveis que apoiam o atendimento e o relacionamento, sem gerar prejuízos aos serviços.

Assim, as reuniões de aprovação dos materiais/campanhas poderão ser realizadas na sede do contratante ou, se assim acordado, por meio digital mediante videoconferência e meios congêneres.

#### **4.3. Do Regime de Execução**

O regime de execução é de empreitada por preço unitário.

### **5. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO**

#### **5.1. Regras Gerais**

5.1.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as disposições das Leis Federais nº 14.133/2021 e nº 12.232/2010, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial, conforme art. 115 da Lei nº 14.133/21.

5.1.2. As comunicações entre o Município e o Contratado devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

---

5.1.3. O Município poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

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

5.1.5. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada por 1 (um) gestor e 1 (um) fiscal de contrato, representantes da Administração Municipal especialmente designados em cláusula contratual ou por meio de Portaria, conforme regulamentação local.

5.1.6. A contratada indicará um preposto e respectivo suplente, que será a referência para os contatos entre o Município e a agência contratada.

5.1.7. Constatada a ocorrência de descumprimento total ou parcial do contrato, serão observadas as disposições dos art. 155 a 163 da Lei nº 14.133/21, a fim de apurar a responsabilidade do Contratado e eventualmente aplicar sanções, se for o caso.

## **5.2. Da Fiscalização do Contrato**

5.2.1. O fiscal do contrato prestará apoio técnico e operacional ao gestor do contrato com informações pertinentes as suas competências.

5.2.2. O fiscal do contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relevantes relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados, de acordo com o § 1º, art. 117 da Lei Federal nº 14.133/21.

5.2.3. O fiscal do contrato emitirá notificações para a correção de rotinas ou de qualquer inexatidão ou irregularidade constatada, com a definição de prazo para a correção.

5.2.4. O fiscal do contrato informará a seus superiores e ao gestor do contrato, em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes, a situação que demandar decisão ou providência que ultrapasse sua competência, conforme § 2º, art. 117 da Lei Federal nº 14.133/21.

---

5.2.5. O fiscal do contrato comunicará imediatamente ao gestor do contrato quaisquer ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas estabelecidas.

5.2.6. O fiscal do contrato fiscalizará a execução do contrato para que sejam cumpridas as condições estabelecidas, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração, com a conferência das notas fiscais e das documentações exigidas para o pagamento e, após o ateste, que certifica o recebimento provisório, encaminhar ao gestor de contrato.

5.2.7. O fiscal do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual.

### **5.3. Da Gestão do Contrato**

5.3.1. O gestor do contrato orientará o fiscal de contrato no desempenho de suas atribuições.

5.3.2. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelo fiscal do contrato, das ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, e informará à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.

5.3.3. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação do contratado, para fins de empenho de despesa e de pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento.

5.3.4. O gestor do contrato coordenará a autuação da rotina de acompanhamento e de fiscalização do contrato, cujo histórico de gerenciamento deverá conter todos os registros formais da execução, a exemplo da ordem de serviço (briefings e demandas de serviços).

5.3.5. O gestor do contrato coordenará os atos preparatórios relativos à instrução processual e ao envio da documentação pertinente ao setor de contratos para formalização da celebração de aditivos, prorrogações, reajustes, repactuações ou rescisões contratuais.

5.3.6. O gestor do contrato realizará o recebimento definitivo do objeto do contrato, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais.

---

5.3.7. O gestor do contrato elaborará o relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração, de que trata a alínea "d" do inciso VI do § 3º do art. 174 da Lei nº 14.133/21.

5.3.8. O gestor do contrato tomará as providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133/21.

## **6. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO**

### **6.1. Condições de recebimento**

6.1.1. Os serviços prestados serão recebidos provisoriamente pelo fiscal do contrato, o que será formalizado mediante atesto nas notas fiscais, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico e administrativo.

6.1.2. Para efeito de recebimento provisório, ao final de cada serviço individualmente considerado, o fiscal do contrato irá avaliar o resultado da execução do objeto e, se for o caso, a análise do desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizados.

6.1.3. O Contratado fica obrigado a reparar, corrigir, remover, refazer ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, cabendo à fiscalização não atestar a nota fiscal até que sejam sanadas todas as eventuais pendências.

6.1.4. Considerar-se-á como recebimento definitivo a última medição ou nota fiscal da vigência do contrato, em que o fiscal fará um relatório final da execução contratual, no qual poderá ratificar a utilidade da renovação ou prorrogação contratual.

6.1.5. Quanto à recomendação legal no sentido de definir uma forma de aferição ou medição do serviço para efeito de pagamento, com base no resultado, foram realizados alguns exercícios simulando uma mecânica similar ao Instrumento de Medição de Resultado (IMR), a ser aplicada no âmbito da execução contratual. Contudo, destaca-se que os resultados de uma ação publicitária não estão diretamente relacionados com o desempenho e qualidade do serviço da agência contratada, na medida em que fatores externos (cenário vivenciado pelo país, convicção ideológica do cidadão, postura de servidores no atendimento ao público, entre outros) também interferem no grau de

---

atingimento dos objetivos de uma campanha, independentemente da qualidade técnica da ação de publicidade e dos serviços prestados. Dessa forma, não seria correto condicionar o pagamento integral da remuneração da agência aos resultados obtidos com a campanha, nem à qualidade técnica das ações, pelos motivos acima expostos. Assim, não é plausível definir uma fórmula de cálculo para quantificar o grau de satisfação na execução do objeto, especialmente quando se considera a subjetividade intrínseca de campanhas publicitárias. No entanto, o desempenho geral da contratada será periodicamente avaliado pelo fiscal e gestor do contrato.

6.1.6. Com vistas a proporcionar maior controle por parte do Município e segurança no uso dos investimentos públicos, ainda devem ser aperfeiçoados os dispositivos relacionados à comprovação das veiculações, no âmbito da execução contratual, estabelecendo a obrigação de a agência elaborar relatórios de checagem, com os dados brutos que os originou.

6.1.7. A Liquidação será efetuada no prazo de até 10 (dez) dias corridos, contados da entrega do serviço e respectivo aceite ou atesto do Contratante.

6.1.8. Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal apresenta todos os requisitos de praxe, tais como: o vencimento; a data da emissão; os dados do contrato e do órgão Contratante; o período respectivo de execução do objeto; o valor a pagar; e eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

6.1.9. Havendo erro na apresentação da nota fiscal ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o Contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus ao Contratante.

6.1.10. A nota fiscal ou o instrumento de cobrança equivalente deverá ser acompanhado da comprovação da regularidade fiscal.

6.1.11. O pagamento será efetuado por meio de ordem bancária emitida por processamento eletrônico, a crédito do beneficiário em um dos bancos que o Contratado indicar, no prazo de até 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data final da liquidação a que se referir, com base nos documentos fiscais devidamente conferidos e aprovados pelo Contratante, o que se dará da seguinte forma:

6.1.11.1. Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, até o 5º dia útil após a veiculação;

---

6.1.11.2. Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, até o 5º dia útil após a produção;

6.1.11.3. Outros serviços realizados por terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com o Contratante;

6.1.11.4. Serviços prestados pela agência: mediante apresentação dos documentos de cobrança e enquadramento do valor conforme tabela de preços do SINAPRO/PR, aplicando-se os descontos propostos na licitação.

6.1.12. A Administração deve observar a ordem cronológica nos pagamentos, conforme disposto no art. 141 da Lei Federal nº 14.133/21.

6.1.13. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável, se for o caso.

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

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

6.1.16. O Contratado terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis para comprovação dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e aos veículos de comunicação e divulgação.

## **7. PROCEDIMENTO DE TRANSIÇÃO E FINALIZAÇÃO CONTRATUAL**

Considerando que a capacidade técnica das licitantes é um dos quesitos julgados no certame, não há, portanto, necessidade de transferência de conhecimento técnico da agência de propaganda ao término do contrato, já que ele é condição primordial para sua contratação, ou seja, Não serão necessários procedimentos de transição e finalização do contrato devido às características do objeto.

---

## 8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

O fornecedor será selecionado por meio da forma e critérios estabelecidos na Lei Federal nº 12.232/2010, que regulamenta as licitações destinadas à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

Neste sentido, serão avaliadas as propostas técnicas (envelopes 1, 2 e 3) por meio de uma Subcomissão Técnica especialmente designada após sorteio e chamamento público, bem como as propostas de preço (envelope 4) e documentos de habilitação (envelope 5), estes últimos pela Comissão de Contratação.

Será declarada vencedora a licitante que obtiver a maior Nota Técnica e apresentar ou igualar a melhor proposta de preços, devendo ser ainda obviamente habilitada na última sessão pública do certame.

Os quesitos, critérios e forma de julgamento são os adiante demonstrados, a serem detalhados no edital da Concorrência.

De acordo com o artigo 6º, inciso IX, da Lei nº 12.232/2010, o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar o sigilo da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

A metodologia de julgamento das Propostas Técnicas, que determina a elaboração de justificativas individuais e escritas das razões que fundamentam as pontuações, atende à Lei nº 12.232/2010 (art. 11, §4º, inciso IV e VI), fornecendo, assim, condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas licitantes.

Aos quesitos e subquesitos serão atribuídas as seguintes pontuações máximas:

| QUESITOS                             |                      | PONTUAÇÃO MÁXIMA |
|--------------------------------------|----------------------|------------------|
| 1. Plano de Comunicação Publicitária |                      | 55               |
| <b>55</b>                            | I. Raciocínio Básico | 5                |

|                                                   |                                                   |            |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------|------------|
|                                                   | <i>II. Estratégia de Comunicação Publicitária</i> | <i>20</i>  |
|                                                   | <i>III. Ideia Criativa</i>                        | <i>20</i>  |
|                                                   | <i>IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia</i>        | <i>10</i>  |
| 2. Capacidade de Atendimento                      |                                                   | 25         |
| 3. Repertório                                     |                                                   | 10         |
| 4. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação |                                                   | 10         |
| <b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>                            |                                                   | <b>100</b> |

Para promover maior praticidade e segurança ao julgamento técnico, também deve ser ajustada a forma estabelecida para referendar os cases publicitários junto aos respectivos anunciantes pelas empresas licitantes, no âmbito do quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação da Proposta Técnica.

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, que apresenta baixo risco de redução demasiada do número de classificadas, sem diminuir a qualificação técnica esperada.

Com respaldo na Lei nº 12.232/2010, art. 6º, inciso X, a presente contratação estabelecerá que as peças constantes dos quesitos Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação devam ter sido implementadas a partir de 1º de junho de 2014, ou seja, num prazo de 10 (dez) anos. Tal exigência busca proporcionar condições isonômicas às licitantes, apoiar o julgamento da Subcomissão Técnica e evitar que as agências apresentem trabalhos muito antigos que não correspondam às suas competências técnicas atuais.

Para a Proposta de Preços deverão ser observadas as normas estabelecidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP), que contemplam condições diferenciadas de remuneração para a Administração Pública, nos termos no inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010.

Serão aplicadas as seguintes regras para as propostas de preços:

8.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços a ser fornecido como anexo do Edital.

8.2. Para efeito de valoração das propostas de preços, não serão aceitos:

8.2.1. Percentual de desconto inferior a 50% (cinquenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada, referentes à peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65;

8.2.2. Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei n.º 4.680/65;

8.2.3. Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes: (a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste; (b) À renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65; (c) À reimpressão de peças publicitárias;

8.2.4. Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65.

8.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

8.4. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no Edital ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação realizará com ela diligência como forma de prorrogar o referido prazo.

---

8.5. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

8.6. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

8.7. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante.

8.8. Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes aos itens 8.2.1, 8.2.2 e 8.2.3 e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente ao item 8.2.4, todos reprisados no Edital.

8.9. Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas acima, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes aos itens 8.2.1, 8.2.2 e 8.2.3.

8.10. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto para o tipo Melhor Técnica.

8.11. Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a proposta de menor preço e nem concordar em praticá-lo, 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 presente certame, observada a mesma previsão legal.

8.12. A licitante que não concordar em praticar a proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

De acordo com a Lei nº 12.232/2010 os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo de: - Comissão de Contratação Permanente ou Especial, a ser constituída e nomeada de acordo com as regras vigentes para administrar a licitação; - Subcomissão Técnica, a ser constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto na Lei nº 12.232/10, a ser composta por pessoas formadas em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem nessas áreas, mediante chamamento público e sorteio.

---

## **9. HABILITAÇÃO**

Para participarem da Concorrência, as licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, apresentando a documentação na forma prevista a seguir:

### Habilitação Jurídica:

- Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

Os documentos mencionados deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto da licitação.

- Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

- Ato de autorização, quando se tratar 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 o exigir;

- Registro comercial, em caso de empresa individual.

### Regularidade Fiscal e Trabalhista:

- Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ;

- 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 com jurisdição sobre a sede da licitante;

- Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

---

- Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

#### Qualificação Técnica:

- 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 licitação, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no objeto do Edital;
- 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.º 12.232/10.

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

O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.

#### Qualificação Econômico-financeira:

- Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação.

---

No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

No caso de certidão positiva de recuperação judicial ou extrajudicial, a licitante deverá apresentar a comprovação de que o respectivo plano de recuperação foi acolhido judicialmente, na forma do art. 58 da Lei n.º 11.101/2005, sob pena de inabilitação, devendo, ainda, comprovar todos os demais requisitos de habilitação.

Balanço Patrimonial (BP) e Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), Conforme Edital padrão;

- Declaração de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, conforme modelo a ser fornecido:

## 10. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

Para esta contratação, o Município dispõe de **R\$ 900.000,00** (novecentos mil reais) por ano, conforme previsto na lei orçamentária vigente.

Referido valor foi estabelecido com base no histórico de contratações anteriores e nas necessidades previstas de divulgação das campanhas do Município, bem como da realização de outros serviços classificados como publicidade.

Em termos de previsão e planejamento de campanhas institucionais, prevê-se o seguinte calendário básico para 2025/2026, considerando uma ou duas campanhas mensais, ao custo de aproximadamente R\$ 7 mil mensais:

| <b>Mês de veiculação</b> | <b>Campanha</b>                                |
|--------------------------|------------------------------------------------|
| Janeiro                  | Institucional/Promocional do Município         |
| Fevereiro                | Volta às aulas – ações na educação             |
| Março                    | IPTU / Alvará                                  |
| Abril                    | Combate à dengue / Ações de Zeladoria          |
| Maio                     | Maio Amarelo (educação no trânsito)            |
| Junho                    | Saúde / Vacinação                              |
| Julho                    | Obras em Andamento                             |
| Agosto                   | Programas sociais / Geração de empregos        |
| Setembro                 | Coleta de lixo: separação correta e reciclagem |
| Outubro                  | Outubro Rosa / Educação (Dia do Professor)     |

|          |                                                 |
|----------|-------------------------------------------------|
| Novembro | Prestação de Contas das ações                   |
| Dezembro | Programação do Aniversário do Município / Natal |

No custo mensal estimado para as campanhas, foram considerados custos de criação, produção e veiculação de peças publicitárias. Os custos de criação estão atrelados à tabela de preços do SINAPRO/PR, enquanto os de produção serão obtidos por meio de cotações junto a fornecedores por meio da agência contratada, e os custos de veiculação obedecem às tabelas de preço dos veículos de mídia.

As veiculações ocorrerão predominantemente nos veículos de mídia locais e esporadicamente nos veículos regionais ou estaduais, especialmente emissoras de rádios, jornais e portais de internet. Eventualmente, por questões de custo e alcance, será utilizada a mídia TV, sempre levando em conta a distribuição técnica da mídia e os valores mensais e anual de referência.

Vale ressaltar que a presente contratação não envolve a quantificação prévia precisa dos produtos e serviços a serem executados. Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem natureza intelectual e criativa, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a *expertise* das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Dessa forma, devido às peculiaridades do objeto, não é viável um orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários, pela impossibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer do contrato, que dependem diretamente de cada solução publicitária aprovada.

O Planejamento Estratégico de Comunicação a ser elaborado pela Administração anualmente também não seria capaz de fornecer subsídios para um levantamento prévio e preciso dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pela agência contratada, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha, aliado às variações de mercado nas tabelas de preços

dos veículos.

## **11. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

11.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão por conta das dotações orçamentárias do orçamento vigente, através da Lei nº 3.456 de 13 de dezembro de 2023 e do exercício financeiro de 2025, aprovado pela Lei Municipal nº 3.524 de 06 de dezembro de 2024.

11.2. A contratação será atendida pela seguinte dotação: 02.01.04.131.1050.2.004 - 3.3.90.39.88.00 - Despesa 11838 - Fonte 000

11.3 As dotações relativas aos exercícios financeiros subsequentes serão indicadas após a aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

Cumpridos os pressupostos legais para elaboração e aprovação do Termo de Referência, encaminhe-se ao setor responsável para o processamento da licitação proposta.

Assis Chateaubriand, 11 dezembro de 2024.

Nome e assinatura do elaborador do TR

Nome e assinatura do aprovador do TR

---

## **APÊNDICE DO ANEXO I**

### **ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

#### **1. Apresentação**

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para **contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda**, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação institucional e publicitária do Município de Assis Chateaubriand, bem como promover maior adequabilidade e segurança operacional, técnica e jurídica à execução dos serviços.

A área requisitante é a Secretaria Municipal de Governo, órgão incumbido pela parte de comunicação e marketing da administração municipal.

#### **2. Dispositivos legais aplicáveis**

Aplicam-se ao presente estudo e à contratação que advirá, no que couber, as seguintes normas:

- Lei n° 4.320/1964, que estatui Normas Gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços dos entes da Federação;
- Lei n° 4.680/1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda;
- Lei n° 9.504/1997, que estabelece normas para as eleições;
- Lei n° 9.610/1998, que consolida a legislação sobre direitos autorais;
- Lei n° 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda;
- Lei n° 14.133/2021, Lei de Licitações e Contratos Administrativos;
- Lei Municipal n° 1.926/2023, que dispõe sobre a estrutura para atendimento da nova lei de licitações;

#### **3. Análise das contratações anteriores**

Nos últimos anos, o Município de Assis Chateaubriand sempre contou com serviços de publicidade prestados por agências de propaganda, sendo que os dois últimos certames realizados com este objeto foram: (1) Tomada de Preços n° 014/2017, que gerou

---

o Contrato n° 028/2019, no valor de R\$ 900.000,00 e vigência de doze meses; e (2) Tomada de Preços n° 007/2018, que gerou o Contrato n° 094/2018, no valor de R\$ 650.000,00, com vigência inicial de doze meses, prorrogado sucessivamente até o limite legal, com final de vigência programado para 10/12/24. Além das renovações sucessivas, o Contrato n° 094/2018 recebeu aditivos de acréscimos quantitativos na ordem de 25%, elevando o valor do contrato para R\$ 840 mil anuais, montante este considerado adequado ao patamar e às necessidades do Município, de forma que foi adotado como valor de referência para a licitação vindoura.

#### **4. Necessidade da Contratação**

Os serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, têm por objetivo o atendimento ao princípio da publicidade, disposto no §1° do artigo 37 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 das realizações e as providências necessárias ao controle da legalidade, moralidade e eficiência das atividades do Poder Público.

Além disso, busca-se atender ao direito de acesso à informação previsto na Lei n° 12.527/11 de forma ativa, por meio de ações que visem difundir ideias e princípios, posicionar a instituição e seus programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

Para tanto, faz-se necessário ter contrato vigente com uma agência de propaganda para que as ações, programas e projetos da administração municipal sejam adequadamente divulgados, como obras de infraestrutura, programas que visam o crescimento social e educacional, melhorias e reestruturações em órgãos municipais destinados ao atendimento ao público, bem como informações de utilidade pública e de conscientização da população, conferindo mais transparência e efetividade na comunicação junto aos munícipes.

Vale destacar que a publicidade dos atos, programas e serviços públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social e deve estar vinculada a objetivos sociais e de interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e do controle social.

A divulgação maciça de informações de interesse público, notadamente em relação à saúde pública (vacinação, combate à dengue, outubro rosa, novembro azul), corresponde a uma necessidade de divulgação permanente. Ademais, a divulgação das

---

ações é imprescindível para que haja uma prestação de contas ao contribuinte/cidadão a respeito da aplicação dos recursos públicos pela Prefeitura.

A publicidade será realizada de diversas maneiras, tanto a veiculação de campanhas por meio dos veículos de mídia, ou seja, compra de espaço em rádio, jornal, revista, TV e portais de internet, quanto por materiais impressos de divulgação e outros materiais ou formas consideradas publicidade, tais como folders, banners e materiais promocionais, ou, ainda, outras formas inovadoras de comunicação.

Assim, o problema a ser resolvido sob a perspectiva do interesse público é bem comunicar, informar e orientar a população local, visitantes e/ou investidores a respeito dos temas relevantes para a sociedade.

Por fim, esta licitação visa aprimorar os dispositivos das contratações anteriores, promovendo maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências.

Estas, portanto, são as razões quanto à necessidade da contratação.

## **5. Alinhamento entre a contratação e o planejamento anual da Administração**

Como já dito, nos últimos anos a administração municipal sempre contou com os serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de modo que se tornou efetivamente um serviço contínuo e praticamente essencial, previsto anualmente nas leis orçamentárias. Aliás, o caráter continuado dos serviços de publicidade é reconhecido pela doutrina e jurisprudência. Veja-se:

**PUBLICIDADE. SERVIÇO DE NATUREZA CONTÍNUA. VIGÊNCIA CONTRATUAL. CONTRATO. O enquadramento de serviços de publicidade como serviços de natureza contínua, para fins de delimitação do prazo de duração do respectivo contrato, previsto no art. 57 da Lei nº 8666/93, é possível,** desde que se adequem aos fins institucionais do órgão ou entidade contratante e correspondam a necessidades de divulgação permanente de algum tema relacionado a esses fins institucionais. Decisão por unanimidade. Processo nº 38606/2016-e. Decisão nº 167/2017. Precedentes TCU: Acórdãos nº 800/2007-P, 35/2000-P. ***grifo nosso***

Quanto à relevância, merece menção o Acórdão TCU nº 3233/10:

**71. O contrato de publicidade não tem similar**, e um dos motivos disto está na imprevisibilidade do que será necessário fazer. Ao mesmo tempo, **abrange um serviço a ser executado de forma contínua, o que pode estender a sua duração para até 60 ou 72 meses.** (...)

**100. Exatamente por isso é que as agências de propaganda ficam de prontidão, para poderem agir de forma rápida quando convocadas. Do contrário, o**

---

**poder público perderia a ocasião de se dirigir à população para transmitir mensagens relevantes.**

Importa ressaltar que o Município de Assis Chateaubriand está elaborando pela primeira vez o Plano de Contratações Anual, nos termos da nova lei de licitações, de modo que será incluído no Plano, de forma permanente, os serviços de publicidade.

**6. Definição do Objeto a ser contratado**

A licitação e contratação dos serviços de publicidade pela administração pública é regida pela Lei Federal nº 14.133/2010, que assim define o objeto:

*“Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto 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 junto a públicos de interesse.*

*Também integram o objeto desta licitação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:*

*d) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;*

*e) À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;*

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

**7. Requisitos da Contratação**

Os serviços de publicidade constituem contratação *sui generis* na administração pública, tanto é verdade que existe lei específica tratando deste objeto.

Neste sentido, os requisitos e condições de contratação e execução são aqueles previstos nas leis que regem a contratação e atividade publicitária no país, notadamente as Leis nº 12.232/2010 e 4.680/1965.

**Sobre a modalidade e tipo da licitação**

---

Com base no art. 29 da Lei nº 14.133/2021, será adotada na presente contratação a modalidade **Concorrência**, em face do objeto e valor envolvido. Quanto ao tipo de licitação, o art. 6º da Lei nº 14.133/2021 determina que os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço" são utilizados exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, como é o presente caso, ao tempo em que o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço". Assim, dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar a **"melhor técnica"**, considerando que o valor máximo do certame é fixo e o objeto envolve um serviço de natureza criativa, quase artística, em que a técnica é preponderante. Aliado a isso, o edital preverá que o detentor da melhor nota na proposta técnica deverá igualar a melhor proposta de preços (se já não for o titular da melhor proposta de preços) como condição para ser declarada vencedora. Ou seja, na "técnica e preço" uma agência que não tiver a melhor proposta de preços poderá ser vencedora a depender da ponderação de sua nota técnica e de preço, enquanto na melhor técnica a vencedora sempre será a que obteve melhor nota técnica aliada à melhor proposta de preços, embora o preço não componha nota.

Assim, a combinação Concorrência e melhor técnica corresponde aos anseios da Administração ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual.

#### **Da empresa a ser contratada**

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

---

A lei faculta a contratação de uma ou mais agências de propaganda. Pelo porte do Município e valor da licitação, entende-se adequado contratar **apenas uma agência**, não comportando e nem se justificando a contratação de mais empresas.

#### Julgamento das propostas

De acordo com a Lei nº 12.232/10, a licitação será processada e julgada por comissão permanente ou especial, com exceção da análise das propostas técnicas, que serão julgadas por Subcomissão Técnica especialmente designada.

Adaptando o texto da Lei nº 12.232 aos ditames da nova lei de licitações, tem-se que o mais adequado é constituir uma **Comissão de Contratação Especial** (art. 6º, L, e art. 8º, §2º da Lei nº 14.133/21) para conduzir o certame, aliado ao trabalho da Subcomissão Técnica.

Conforme o artigo 10 da Lei nº 12.232/2010, as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, constituída por, pelo menos, 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Assis Chateaubriand.

**A Subcomissão será definida por sorteio**, a partir de uma lista de interessados que vierem a se inscrever na **Chamada Pública** que será realizada pelo Município e tramitará, se possível, paralelamente ao edital de licitação.

A Subcomissão deverá ser oficialmente designada antes da data prevista para a realização da primeira sessão pública do certame. Caso ainda não esteja designada, a Comissão de Contratação Especial irá reter os envelopes recebidos na primeira sessão e aguardar a designação da Subcomissão para então submeter as propostas a sua análise.

A análise das propostas técnicas, propostas de preços e dos documentos de habilitação deverá observar o cumprimento de todas as condições estabelecidas na Lei nº 12.232/2010, na Lei nº 14133/2021 e demais normas aplicáveis, bem como no edital da licitação e seus anexos.

#### Vigência da contratação

O Contrato terá vigência de doze meses, podendo ser prorrogado por interesse das partes até o limite de dez anos.

---

#### 8. Estimativa do valor e das quantidades para a contratação

Para esta contratação, o Município dispõe de R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais) por ano, conforme previsto na lei orçamentária vigente.

Referido valor foi estabelecido com base no histórico de contratações anteriores e nas necessidades previstas de divulgação das campanhas do Município, bem como da realização de outros serviços classificados como publicidade.

Em termos de previsão e planejamento de campanhas institucionais, prevê-se o seguinte calendário básico para 2025/2026, considerando uma ou duas campanhas mensais, ao custo de aproximadamente R\$ 75 mil mensais:

| Mês de veiculação | Campanha                                        |
|-------------------|-------------------------------------------------|
| Janeiro           | Institucional/Promocional do Município          |
| Fevereiro         | Volta às aulas – ações na educação              |
| Março             | IPTU / Alvará                                   |
| Abril             | Combate à dengue / Ações de Zeladoria           |
| Maio              | Maio Amarelo (educação no trânsito)             |
| Junho             | Saúde / Vacinação                               |
| Julho             | Obras em Andamento                              |
| Agosto            | Programas sociais / Geração de empregos         |
| Setembro          | Coleta de lixo: separação correta e reciclagem  |
| Outubro           | Outubro Rosa / Educação (Dia do Professor)      |
| Novembro          | Prestação de Contas das ações                   |
| Dezembro          | Programação do Aniversário do Município / Natal |

No custo mensal estimado para as campanhas, foram considerados custos de criação, produção e veiculação de peças publicitárias. Os custos de criação estão atrelados à tabela de preços do SINAPRO/PR, enquanto os de produção serão obtidos por meio de cotações junto a fornecedores por meio da agência contratada, e os custos de veiculação obedecem às tabelas de preço dos veículos de mídia.

As veiculações ocorrerão predominantemente nos veículos de mídia locais e esporadicamente nos veículos regionais ou estaduais, especialmente emissoras de rádios, jornais e portais de internet. Eventualmente, por questões de custo e alcance, será utilizada a mídia TV, sempre levando em conta a distribuição técnica da mídia e os valores mensais e anual de referência.

Vale ressaltar que a presente contratação não envolve a quantificação prévia precisa dos produtos e serviços a serem executados. Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas

---

mecanicamente ou segundo técnicas e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem natureza intelectual e criativa, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a *expertise* das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Dessa forma, devido às peculiaridades do objeto, não é viável um orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários, pela impossibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer do contrato, que dependem diretamente de cada solução publicitária aprovada.

O Planejamento Estratégico de Comunicação a ser elaborado pela Administração anualmente também não seria capaz de fornecer subsídios para um levantamento prévio e preciso dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pela agência contratada, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha, aliado às variações de mercado nas tabelas de preços dos veículos.

Por fim, vale dizer que a publicidade também é uma ferramenta utilizada para apoiar a superação dos desafios de comunicação enfrentados diariamente, os quais estão sujeitos às imprevisibilidades do cenário político, econômico e social.

#### **9. Levantamento de mercado e análise das alternativas possíveis**

Quanto ao objeto pretendido, não há muitas alternativas. Em verdade, são apenas duas.

A primeira envolve a prefeitura contratar pessoal e formar uma equipe para desenvolver direta e internamente todo o planejamento, concepção, criação e produção de peças publicitárias, e veiculá-las em órgãos de comunicação previamente habilitados em edital de credenciamento.

Tal formato demandaria a realização de concurso público ou teste seletivo, e/ou contratação de cargos em comissão, aliado a um processo licitatório de credenciamento de órgãos de comunicação.

A segunda envolve a Prefeitura licitar a contratação de serviços de publicidade no formato *full service*, prestados por intermédio de agência de propaganda, nos termos da Lei n° 12.232/10.

---

Avaliando essas opções, prefere-se a segunda, tendo em vista sua praticidade e que é amplamente utilizada pelos órgãos públicos de todas as esferas, e praticamente garante a qualidade e profissionalismo na prestação do serviço.

Dentre as vantagens da segunda opção, pode-se citar: evita-se aumentar as despesas com pessoal e efeitos colaterais da rotatividade; evita-se a necessidade de disponibilizar espaço físico e mobiliário/equipamentos para uma numerosa equipe, que deve contar ao menos com redator, designer, cinegrafista, roteirista, diagramador, entre outros profissionais; obtém-se um serviço personalizado e de qualidade a partir da definição dos serviços desejados por meio de briefings.

Desta forma, justifica-se a solução adotada pela administração, ou seja, a opção pela contratação de serviços de publicidade na modalidade *full service*, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

#### **10. Justificativa quanto ao parcelamento ou não da contratação**

Pela natureza *sui generis* do serviço a ser contratado, não se aplica o parcelamento da contratação, por não se tratar de objeto que permita o parcelamento em itens ou em lotes, de modo que a contratação corresponde a item único.

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

Por fim, é preciso dizer que não se aplicam ao presente caso as disposições sobre manutenção e assistência técnica, resultados pretendidos em termos de economicidade, descrição de possíveis impactos ambientais, bem como não há contratações correlatas ou interdependentes (incisos VIII, IX, XI e XII do §1º do art. 18 da Lei nº 14.133/2021).

#### **11. Providências a serem adotadas previamente ao contrato**

O Município dispõe de um servidor capacitado para atuar na gestão e fiscalização do contrato a ser celebrado, a saber: o sr. Erico Aparecido Malvezi, da Assessoria de Imprensa (cargo em comissão).

---

Além disso, o Município regulamentou as funções pertinentes no âmbito da Lei Municipal n° 1.926/2023, que dispõe sobre a estrutura para atendimento da nova lei de licitações.

Vale ressaltar que outra providência a ser adotada é a designação da Subcomissão Técnica que fará o julgamento das propostas técnicas da Concorrência, sendo composta mediante sorteio a partir de processo de chamada pública, conforme disposto no item que trata dos requisitos da contratação.

## **12. Conclusão**

Diante de todo o exposto, declaramos que a presente contratação apresenta-se viável – e necessária – em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico alocado na Secretaria Municipal de Governo para esse fim, somado a dotações previstas em outras secretarias, e que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais da Secretaria Municipal de Governo, que possui em sua estrutura interna uma área técnica de Comunicação preparada para a condução dos serviços a serem prestados pela agência de propaganda a ser contratada, bem como para a adequada gestão e fiscalização do contrato.

Ademais, como demonstrado, a contratação é essencial para que o Município cumpra preceitos legais de publicidade e acesso à informação, mediante a publicidade institucional de caráter educativo, informativo e de orientação social.

Assim, a contratação é adequada para as finalidades pretendidas pelo Município de Assis Chateaubriand.

Assis Chateaubriand, 11 dezembro de 2024

---

## ANEXO I I

### BRIEFING

#### INTRODUÇÃO

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

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

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

#### OBJETO DA DEMANDA

Desenvolver um Plano de Comunicação Publicitária e produtos para a solução do problema específico de comunicação, nos termos dos itens citados neste *briefing*.

#### SITUAÇÃO BASE

Problema específico de comunicação

O Município de Assis Chateaubriand, tem experimentado um notável crescimento nos últimos anos, consolidando-se como um polo de destaque tanto que recentemente conquistou o 17º lugar em colocação de pessoas no mercado de trabalho - nível nacional, ao final de 2023. Isto atesta o dinamismo e a atratividade do município, especialmente na região Oeste do Paraná. A inauguração do maior frigorífico de suínos da América Latina, pertencente à Frimesa, impulsionou ainda mais esse crescimento, gerando milhares de empregos e atraindo investidores de diversas origens. Outros investimentos oriundos do Poder Público têm contribuído para este desenvolvimento e o impacto positivo desses empreendimentos têm refletido em um aumento significativo nos investimentos em Assis Chateaubriand, que ultrapassam a marca dos R\$ 69 milhões em obras estruturantes.

#### A CAMPANHA

---

Nesse contexto, é importante que a campanha publicitária transmita com eficácia a mensagem de que “Assis Chateaubriand é uma cidade em movimento”, oferecendo oportunidades atrativas para empresários e investidores. Nosso objetivo é posicionar o município como um ambiente propício para a instalação de novas empresas, contribuindo assim para o contínuo desenvolvimento econômico e social.

A campanha deverá destacar os diferenciais competitivos de Assis Chateaubriand, ressaltando sua infraestrutura favorável aos negócios, mão de obra qualificada e o apoio governamental para novos empreendimentos. Além disso, é crucial enfatizar a prosperidade econômica e as oportunidades de crescimento que a cidade oferece, incentivando potenciais investidores a explorarem o potencial do município, sendo uma campanha publicitária impactante e persuasiva, capaz de promover efetivamente a imagem de Assis Chateaubriand como um destino promissor para investimentos empresariais.

#### ALCANCE E PÚBLICO

A licitante deverá identificar o público-alvo a ser atingido pelas ações de comunicação proposta, bem como utilizar a verba destinada para alcançá-lo, o que constitui parte da tarefa a cargo da empresa participante do certame.

#### VERBA E PERÍODO

Para desenvolver a campanha publicitária, entre produção e veiculação, as licitantes deverão utilizar uma verba hipotética total de R\$ 70.000,00 (setenta mil reais), para o período de 30 dias.

**ANEXO III**  
**MODELO DE PROCURAÇÃO**

**Outorgante**

Qualificação da empresa (nome, endereço, razão social, etc.)

**Outorgado**

Representante devidamente qualificado

**Objeto**

Representar a outorgante na **Concorrência n.º 05/2024** do Município de Assis Chateaubriand-PR.

**Poderes**

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

\_\_\_\_\_  
nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

*Observação: se particular, a procuração será preferencialmente elaborada em papel timbrado da licitante e necessariamente assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação.*

---

**ANEXO IV**  
**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

**PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO**

A empresa (**razão social da licitante**), com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o n° (n° do CNPJ) neste ato representada pelo(a) Sr(a). (nome do representante legal da licitante), portador do RG no (no do RG do representante legal da licitante) e do CPF no (no do CPF do representante legal da licitante), apresenta a seguinte **PROPOSTA DE PREÇOS** para os serviços descritos no Edital da CONCORRÊNCIA n° 05/2024, do Município de Assis Chateaubriand/PR.

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido ao Município, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná, referentes à peça e/ou material, cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11, da Lei n° 4.680/65: \_\_\_\_% ( \_\_\_\_ por cento);

b) honorários, a serem cobrados do Município, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11, da Lei n° 4.680/65: \_\_\_\_% ( \_\_\_\_ por cento);

c) honorários, a serem cobrados do Município, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação 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, cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11, da Lei n° 4.680/65: \_\_\_\_% ( \_\_\_\_ por cento)

Outras declarações:

- Não faremos jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

- Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

- O prazo de validade desta proposta é de 60 (sessenta) dias, contados de sua apresentação, conforme disposto no item 14.3 do Edital da Concorrência.

- Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e/ou serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao Anunciante todas as vantagens obtidas, nos termos do art. 15 da Lei n° 12.232/2010.

---

Local e data.

---

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome e função da pessoa que assina

**Obs. 1: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.**

---

## ANEXO V

### MODELO DE DECLARAÇÃO DE OBSERVÂNCIA AO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ARTIGO 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

Prezados Senhores:

\_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ n.º \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, o Sr.(a) \_\_\_\_\_, portador(a) do documento de identidade RG n.º \_\_\_\_\_, emitido pela SSP/\_\_\_\_\_, e do CPF n.º \_\_\_\_\_, DECLARA, sob penas da Lei, que, nos termos do §6º, do artigo 27, da Lei nº 6.544, de 22 de novembro de 1989, encontra-se em situação regular perante o Ministério do Trabalho no que se refere à observância do disposto no inciso XXXIII, do artigo 7º, da Constituição Federal, ou seja, não mantém em seu quadro de pessoal menores de 18 (dezoito) anos em horário noturno de trabalho ou em serviço perigosos ou insalubres, não mantendo ainda, em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos.

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2024.

---

Nome completo e Assinatura do Representante Legal  
RG/CPF

---

## ANEXO VI

### DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

....., CNPJ.....  
(nome da empresa)

sediada ....., por intermédio de  
(endereço completo)

seu representante legal, ....., portador(a) da Carteira de Identidade n....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., declara, sob as penas da lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório e que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

.....de.....de 20...

.....  
(assinatura do declarante)

.....  
(nome completo e CI)

**ANEXO VII**  
**(MODELO)**  
**DECLARAÇÃO DE VEDAÇÃO AO NEPOTISMO**

\_\_\_\_\_(Razão Social), inscrita no CNPJ sob nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) \_\_\_\_\_, portador(a) da Carteira de identidade nº \_\_\_\_\_ SSP/PR., e do CPF nº \_\_\_\_\_, DECLARA que não fazem parte do quadro societário/cotista/dirigente/representante, cônjuge, companheiro, parente em linha reta ou colateral, consanguíneo ou afim de **servidor em cargo em comissão** na entidade licitante, **ainda que a participação seja apenas indireta, à luz dos princípios da impessoalidade e moralidade**. Em atendimento a Recomendação Administrativa nº 022/2019 do Ministério Público.

Por ser verdade, firmo a presente declaração para que produza os efeitos legais, ciente de que a falsidade de seu conteúdo pode implicar na imputação de sanções civis, administrativas, bem como na sanção penal prevista no art. 299 do Código Penal, conforme transcrição abaixo:

Art. 299 – Omitir, em documento público ou particular, declaração que nele deveria constar, ou nele inserir ou fazer inserir declaração falsa ou diversa da que devia ser escrita, com o fim de prejudicar direito, criar obrigação ou alterar a verdade sobre o fato juridicamente relevante.

Pena: reclusão de 1 (um) a 5 (cinco) anos e multa, se o documento é público e reclusão de 1 (um) a 3 (três) anos, se o documento é particular.

\_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2024.

\_\_\_\_\_  
Assinatura

**Obs.: Deverá ser anexo junto aos documentos de habilitação.**

\_\_\_\_\_

**ANEXO VIII**  
**MINUTA DO CONTRATO**

O **MUNICÍPIO DE ASSIS CHATEAUBRIAND**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ/MF sob n.º 76.208.479/0001-01, com endereço na Avenida Cívica, s/nº, Centro, Assis Chateaubriand/PR; representado por seu Prefeito Municipal, Sr. **VALTER APARECIDO SOUZA CORREIA**, brasileiro, casado, residente e domiciliado nesta cidade, portador do RG 7.003.657-6, e do CPF nº 039.968.899-41, a seguir denominado **CONTRATANTE** e de outro lado como **CONTRATADA** a empresa

\_\_\_\_\_,  
pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob n.º \_\_\_\_\_/\_\_\_\_-\_\_\_\_, com endereço na rua \_\_\_\_\_,  
n.º \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_, neste ato representada pelo(a)  
Sr(a). \_\_\_\_\_,  
nacionalidade brasileira, portador(a) do RG n.º \_\_\_\_\_-\_\_\_\_ e CPF n.º \_\_\_\_\_-\_\_\_\_, residente  
\_\_\_\_\_, têm justos e contratados as seguintes  
cláusulas:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO**

1.1. O objeto do certame é a contratação de serviços de publicidade, prestados por agência de propaganda.

| ITEM | CÓDIGO | QTDE | UND | DESCRIÇÃO DO ITEM                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | VALOR UNITÁRIO | VALOR TOTAL |
|------|--------|------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
| 1    | 27843  | 1    | SRV | AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA a) planejamento, estudo, concepção, criação, execução interna, supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários; b) elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual; c) criação, produto e gravação de programas e programetes diários de rádio e televisão, onde se inclui o trabalho desenvolvido por secretárias municipais, bem como dos departamentos, coordenadorias, escolas e demais entidades municipais ligadas à administração do município. com |                |             |

|  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |  |
|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  |  |  | <p>os assuntos de atualidades, através da coleta de entrevistas e imagens, de acordo com as necessidades diárias da administração Municipal. que reportagem os trabalhos desenvolvidos. com a finalidade de informar, diariamente os munícipes e da prestação de contas do governo empreendidos;</p> <p>d) fiscalizar as execuções dos serviços contratos junto às mídias, bem como, permitir que coordenadoria de Comunicação Social da Administração Municipal tenha acesso pessoal, facilitado e imediato, para acompanhar todo o trabalho desenvolvido, em todas as fases de execução, em especial consonância com o Artigo 2º, Parágrafo I, incisos 1, 11 e 111 da Lei Federal n.º 12.232. e) os serviços de concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação. f) os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município de ASSIS CHATEAUBRIAND. g) para fins desta concorrência, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção e de patrocínio. h) excluem - se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.</p> |  |  |
|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

|                       |  |  |  |                                                                                                         |  |  |
|-----------------------|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|                       |  |  |  | i) a licitante vencedora atuará de acordo com solicitação da assessoria Municipal de Comunicação Social |  |  |
| <b>TOTAL..... R\$</b> |  |  |  |                                                                                                         |  |  |

1.2. 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 a supervisão da execução externa e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários aos veículos e demais meios de divulgação, sempre com caráter educativo, informativo ou de orientação social ao público em geral.

1.3. Integram também o objeto deste certame, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- b) à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;
- c) ao planejamento e à execução de pesquisas de opinião pública e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados às campanhas e ações publicitárias;
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias contratadas.

1.4. Os serviços previstos nos itens 1.2 e 1.3 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, bem como a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.4.1. Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.5. Os serviços objeto da presente licitação abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município de Assis Chateaubriand.

1.6. Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.6.1. Os serviços de que tratam este certame serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n° 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4° da Lei n° 12.232/2010.

1.6.2. A contratada atuará por ordem e conta do Município de Assis Chateaubriand, de acordo com as solicitações da Assessoria Municipal de Comunicação Social.

1.6.3. É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços de concepção e criação das ações de publicidade. As demais ações poderão ser subcontratadas a critério e sob supervisão da agência contratada. Para essa subcontratação, as contratadas deverão apresentar lista de fornecedores, a ser validada pela Assessoria de Comunicação, dentre três opções de produção para cada peça ou atividade sugerida.

1.7. Não está contemplada no objeto deste certame a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos, atos oficiais e informações determinadas por

força de lei ou regulamento veiculada via Diário Oficial.

## **CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA**

**2.1.** O presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura.

**2.1.1.** O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 106 da Lei 14.133/2021.

**2.1.2.** Os serviços deverão ser executados no prazo de até 02 (dois) dias , após solicitação expressa da Assessoria de Comunicação.

**2.2.** - Haverá possibilidade de reajustamento anual dos preços após decorridos 12 (doze) meses da data da assinatura do contrato, ou 12 (doze) meses da data do último reajuste, desde que prorrogado o prazo de execução do contrato, observando-se o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA (IBGE), ou outro índice que venha substituí-lo, mediante solicitação expressa da Contratada e desde que se verifique que os preços decorrentes da aplicação do índice se encontrem dentro do valor de mercado e se mostrem vantajosos para o Município, mediante acordo entre as partes, nos termos do art.107 da Lei 14.133/2021.

## **CLÁUSULA TERCEIRA – VALOR E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

**3.1.** O valor do contrato é de **R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais)**.

**3.2.** Os recursos para a execução dos serviços estão previstos no orçamento do Município, conforme a seguinte classificação orçamentária:

| <b>Órgão</b> | <b>Und</b> | <b>Função</b> | <b>Sub-Função</b> | <b>Programa</b> | <b>P</b> | <b>/A/O</b> | <b>Despesa</b> | <b>Categoria</b> | <b>Fontes</b> |
|--------------|------------|---------------|-------------------|-----------------|----------|-------------|----------------|------------------|---------------|
| 5            | 0201       | 4             | 131               | 1050            | 2        | 4           | 11838          | 3390398<br>80000 | 000           |

**3.2.1** - Caso houver a necessidade de alteração de dotação orçamentária ou a inclusão de Fonte de Recursos, será processada de forma unilateral por parte da Contratante, através de Decreto, nos termos da Alínea “a”, Inciso I do artigo 124 da Lei 14.133/2021.

**3.3.** O contratante se reserva o direito de utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

## **CLÁUSULA QUARTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**4.1.** Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

**a)** Operar como uma organização completa e fornecer serviços de qualidade.

**a.1)** Realizar reuniões periódicas, na sede da CONTRATANTE, com o gestor do contrato, visando ao aprimoramento e à eficiência dos serviços prestados, formalizando em ata o

---

conteúdo das reuniões.

**a.2)** As eventuais despesas de locomoção, incluindo diárias, passagens, estada e alimentação, para reuniões na sede da CONTRATANTE, serão custeadas pela CONTRATADA.

**a.3)** A prestação dos serviços e o cumprimento dos prazos deverão ser registrados por e-mail ou documentos impressos com ciência de ambas as partes.

**a.4)** O agendamento de reuniões por parte da CONTRATANTE pode ocorrer com até 6 (seis) horas úteis de antecedência. A contratada deve ter estrutura para atender, presencialmente ou por videoconferência, quando este recurso for aceito pelo CONTRATANTE, a todas as solicitações de reuniões.

**b)** Realizar – com seus próprios recursos ou, quando necessário e permitido pelo CONTRATANTE, mediante a contratação de terceiros – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

**c)** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

**d)** Negociar sempre as melhores condições de preço, nos casos de reutilizações de peças publicitárias, conforme previsto nos subitens **9.2.1.1**, **9.2.2** e **9.2.3** da Cláusula Nona do presente Contrato.

**e)** Quando do fornecimento de bens ou serviços especializados a CONTRATADA deverá seguir disposto no art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

**e.1)** As propostas devem conter elementos mínimos de identificação da proponente, tais como o nome da empresa, endereço, CNPJ, nome completo, RG e CPF do responsável pela proposta, data e assinatura.

**e.2)** Se não houver possibilidade de obter o mínimo de três propostas, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

**e.3)** A Assessoria de Comunicação Social procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros, podendo para isso realizar pesquisas de preço de mercado, que, se for o caso, deverão ser anexadas aos autos para fins de comprovação.

**e.4)** Se e quando julgar conveniente, a Assessoria de Comunicação Social poderá supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA ou realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores.

**f)** Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

**g)** Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da Assessoria de Comunicação Social, sem ônus para o Município de Assis Chateaubriand:

**a)** TV e Cinema: uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;

**b)** Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;

---

- c) Rádio: uma cópia em CD, com arquivo de áudio e mp3;
- d) Mídia Impressa e Material Publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta – com as fontes em alta resolução – e finalizada.
- g.1) Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD.
- h) Enviar, às suas expensas, o material necessário à veiculação.
- i) Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, malas-diretas) aprovadas pelo CONTRATANTE.
- i.1) O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE.
- j) Entregar ao **CONTRATANTE**, até o dia 10 do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e, semanalmente ou quando solicitado, relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.
- k) Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE.
- k.1) Nos casos de cancelamentos ou interrupções causados exclusivamente pelo CONTRATANTE, serão respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências.
- l) Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização por escrito, e exigir o mesmo procedimento de seus eventuais subcontratados.
- m) Prestar esclarecimentos à Assessoria de Comunicação sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- n) Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- o) Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.
- o.1) A CONTRATADA se obriga a informar ao CONTRATANTE, no prazo de quarenta e oito horas, qualquer alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa.
- p) Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado
-

causa, bem como, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

**q)** Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

**r)** Assumir, com exclusividades, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

**s)** 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.

**t)** Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

**u)** Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a próprio CONTRATANTE.

**u.1)** Em casos de subcontratação de terceiros para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente contrato.

**v)** Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.

**v.1)** A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei 9.279, de 14 de maio de 1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

**x)** Responder perante o CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

**z)** Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos – de veiculação, de produção e de quaisquer outros decorrentes de serviços previstos neste contrato – e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos e de outras vantagens para o CONTRATANTE, bem como pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

## **CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

---

**5.1.** Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

**a)** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, inclusive o de efetuar os pagamentos no prazo de 30 (trinta) dias após a apresentação da Nota Fiscal.  
**b)** Comunicar, por escrito, a CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de três dias úteis.

**c)** Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

**d)** Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

**e)** Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.

**f)** Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

**g)** Caberá à Assessoria de Comunicação Social proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros, podendo para isso realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores.

**a)** A Assessoria de Comunicação Social poderá, se e quando julgar conveniente, supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA.

## **CLÁUSULA SEXTA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

**6.1** A Assessoria de Comunicação fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado. O responsável pela fiscalização será designado por meio de Portaria específica.

**6.1.1.** Caberá ao fiscal do Contrato registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços com poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

**6.1.1.1.** Além das atribuições previstas neste contrato, caberá ao fiscal do contrato, o Diretor do Departamento de Comunicação Social de Assis Chateaubriand, **Sr. Erico Aparecido Malvezi**, verificar o cumprimento das cláusulas contratuais e também às condições de subcontratação e aos honorários devidos à CONTRATADA.

**6.1.1.2.** A ausência de notificação do Fiscal ou da Assessoria de Comunicação não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

**6.2.** A fiscalização em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

**6.3.** A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação

---

formal da Assessoria de Comunicação.

**6.4.** A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da Assessoria de Comunicação.

**6.5.** A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, às suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

**6.6.** A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus subcontratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

**6.7.** A CONTRATADA oferecerá as condições necessárias à fiscalização deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

**6.8.** A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

**6.9.** À Assessoria de Comunicação é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

## **CLÁUSULA SÉTIMA – REMUNERAÇÃO**

**7.1.** A remuneração da CONTRATADA pelos serviços prestados será feita por meio de honorários incidentes sobre serviços de terceiros, previstos nesta Cláusula, a saber:

**7.1.1. Honorários de \_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento)** incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação das CONTRATADAS, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o subitem **8.1** da Cláusula Oitava.

**7.1.1.1.** Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

**7.2.** A CONTRATADA não fará jus a nenhum ressarcimento pelos custos internos dos serviços por ela realizados.

**7.3.** A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

**7.4.** A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

---

## **CLÁUSULA OITAVA – DESCONTO DE AGÊNCIA**

**8.1.** Além da remuneração prevista na Cláusula Sétima, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

## **CLÁUSULA NONA – DIREITOS AUTORAIS**

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

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

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

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

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

**9.2.1.** Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pela Secretaria de Comunicação em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens **9.2.1.1**, **9.2.2** e **9.2.3**, desta Cláusula.

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

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

---

**9.2.3.** Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens **9.2.1.1** e **9.2.2**, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

**9.3.1.** Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito autoral patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

**9.3.2.** Estabeleçam que este CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

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

**9.5.** Os direitos autorais, patrimoniais e conexos não serão devidos quando se tratar de “serviço de cópia”.

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

**9.7.** A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

**9.7.1.** Que a Assessoria de Comunicação poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em DVD.

**9.7.2.** A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

**9.7.3.** Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

**9.8.** O CONTRATANTE será a única e exclusiva proprietária dos resultados oriundos do cumprimento do presente contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do

---

Direito de Propriedade Intelectual.

**9.9.** É garantido ao CONTRATANTE o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à CONTRATADA, ou a terceiros, antes da assinatura do presente contrato.

**9.10.** Fica garantida ao CONTRATANTE a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

**9.11.** A Assessoria de Comunicação poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças e o submeterá previamente à Secretaria de Comunicação.

## **CLÁUSULA DÉCIMA – CONDIÇÕES DE LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO**

**10.1.** Para a execução da liquidação e pagamento dos serviços previstos na Cláusula Oitava, a CONTRATADA deverá apresentar a correspondente Nota Fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do Município de Assis Chateaubriand e a primeira via da Nota Fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço.

**10.2.** Os documentos e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para efeito de pagamento deverão ser apresentados pela CONTRATADA à Assessoria de Comunicação, e o Fiscal deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pelas CONTRATADAS todas as condições pactuadas.

**10.2.1.** Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores e subcontratados.

**10.2.2.** No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

**10.2.2.1.** Para TV, Cinema e Rádio:

**a)** nas praças cobertas por serviço de checagem: relatórios de checagem emitidos por empresas terceirizadas;

**b)** nas praças não cobertas por serviços de checagem:

**b.1)** comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação; ou

**b.2)** declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local e data, nome do programa, dia e horário da veiculação.

---

**10.2.2.2.** Para Mídia Exterior: relatório de checagem com fotos, emitidos por empresas terceirizadas, ou fotos das peças, fornecidas pelas empresas exibidoras, com identificação do local de exibição, em ambos os casos.

**10.2.2.3.** Para Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.

**10.2.2.4.** Para Mídia Impressa: exemplares originais dos títulos.

**10.2.3.** A Nota Fiscal referente a serviço de veiculação deverá ser emitida pelos veículos de divulgação, e não será aceito em substituição nenhum documento fiscal emitido por representantes de veículos.

**10.3.** As liquidações e pagamentos serão feitos da seguinte forma:

**10.3.1.** Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança das CONTRATADAS e dos veículos, dos planos de mídia autorizados pela Secretaria de Comunicação e dos comprovantes mencionados no subitem **10.2.2**, **em até 30 (trinta) dias** após a apresentação da nota fiscal.

**10.3.2.** Peças e materiais produzidos por terceiros: mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos fornecedores e dos respectivos comprovantes de entrega do serviço, **em até 30 (trinta) dias** após a apresentação da nota fiscal.

**10.4.** Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade fiscal da CONTRATADA, que deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social (CND) e Certidões Negativas de Débitos Relativos a Tributos Federais, Inexistência de Débitos junto à Justiça do Trabalho, Certidão Negativa Estadual e Certidão Negativa Municipal.

**10.4.1.** Em havendo subcontratação dos serviços, é obrigação da CONTRATADA exigir a comprovação de regularidade fiscal dos fornecedores e dos veículos, mediante apresentação dos documentos indicados no item 10.4, os quais deverão ser apresentados ao CONTRATANTE, antes da efetivação do pagamento.

**10.5.** Caso se constate nos documentos de cobrança erro, irregularidade ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, o Fiscal deste contrato poderá devolvê-los, para as devidas correções, ou aceitá-los, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

**10.6.** O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

**10.7.** O CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não

---

instituições financeiras.

**10.8.** Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pelo CONTRATANTE.

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

**10.8.2.** O CONTRATANTE poderá exigir da CONTRATADA, relatórios que comprovem os pagamentos feitos a terceiros.

**10.8.2.1.** Os relatórios devem ter pelo menos as seguintes informações: número do banco, da agência e da ordem bancária, data do pagamento, valor e nome do favorecido.

**10.9.** O CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

## **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**11.1.** O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções:

**a)** multa de mora de 0,5% (cinco décimos por cento), calculada sobre o valor do serviço em atraso, por dia de inadimplência, até o limite de vinte dias úteis, caracterizando inexecução parcial deste contrato;

**b)** multa compensatória de até 2% (dois por cento), calculada sobre o valor do contrato, pela inadimplência além do prazo acima referido na alínea anterior, caracterizando inexecução total deste contrato;

**c)** advertência;

**d)** suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE por prazo de até dois anos;

**e)** declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

**11.2.** A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei 14.133/2021, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

---

**11.3.** A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de dez dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo CONTRATANTE.

**11.4.** O valor da multa poderá ser descontado da fatura ou do crédito existente no CONTRATANTE, em favor da CONTRATADA, sendo que, se o valor da multa for superior ao crédito existente, a diferença será cobrada na forma da lei.

**11.5.** As multas e outras sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato, devidamente justificado.

**11.6.** As sanções aqui prevista 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.

**11.7.** Em qualquer hipótese de aplicação de sanções, será assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – RESCISÃO**

**12.1.** O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos arts. 137 e 138 e nas formas estabelecidas no art.139, todos da Lei 14.133/2021.

**12.1.1.** Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

**a)** for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

**b)** for envolvida em escândalo público e notório;

**c)** quebrar o sigilo profissional;

**d)** utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

**e)** motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que o CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

**f)** deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato; e

**g)** vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública.

**12.2.** Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

---

**12.3.** Em caso de cisão, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outras agências de propaganda, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato.

**12.3.1.** A associação da CONTRATADA com outras empresas, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação só serão admitidas quando apresentada a documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências, e com o consentimento prévio e por escrito do CONTRATANTE e desde que não afetem a boa execução deste contrato.

**12.4.** A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei 14.133/2021, não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

**12.5.** A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

### **13. - CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA FRAUDE E DA CORRUPÇÃO**

a) Os licitantes devem observar e a Contratada deve observar e fazer observar, por seus fornecedores e subcontratados, se admitida subcontratação, o mais alto padrão de ética durante todo processo de licitação, de contratação e de execução do objeto contratual;

**I - Para os propósitos desta cláusula, definem-se 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 colusiva”**: 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 na cláusula III, deste Edital; (ii) atos cuja intenção seja impedir materialmente o exercício do direito de o organismo financeiro multilateral promover inspeção;
-

**II** – Na hipótese de financiamento, parcial ou integral, por organismo financeiro multilateral, mediante adiantamento ou reembolso, este organismo imporá sanção sobre uma empresa ou pessoa física, inclusive declarando-a inelegível, indefinidamente ou por prazo determinado, para a outorga de contratos financiados pelo organismo se, em qualquer momento, constatar o envolvimento da empresa, diretamente ou por meio de um agente, em práticas corruptas, fraudulentas, colusivas, coercitivas ou obstrutivas ao participar da licitação ou da execução de um contrato financiado pelo organismo;

**III** – Considerando os propósitos das cláusulas acima, o licitante vencedor, como condição para a contratação, deverá concordar e autorizar que, na hipótese de o contrato vir a ser financiado, em parte ou integralmente, por organismo financeiro multilateral, mediante adiantamento ou reembolso, permitirá que o organismo financeiro e/ou pessoas por ele formalmente indicadas possam inspecionar o local de execução do contrato e todos os documentos, contas e registros relacionados à licitação e à execução do contrato.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DISPOSIÇÕES GERAIS**

**14.1.** A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

**14.2.** O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Município de Assis Chateaubriand.

**14.2.1.** Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.

**14.3.** O presente contrato poderá ser denunciado pelo CONTRATANTE após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência, mediante aviso prévio à CONTRATADA, com antecedência mínima de sessenta dias, através de correspondência protocolada ou por intermédio do Cartório de Registro de Títulos e Documentos.

**14.4.** Constituem direitos e prerrogativas do CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

**14.5.** São assegurados ao **CONTRATANTE** todos os direitos e faculdades previstos na Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

**14.6.** A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

**14.7.** Independente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital de Concorrência nº **005/2024** e seus Anexos, bem como a proposta da empresa

---

CONTRATADA.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – FORO**

**15.1.** As questões decorrentes da execução deste contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Assis Chateaubriand, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em duas vias de igual teor e forma, juntamente com as testemunhas abaixo, de tudo ciente.

ASSIS CHATEAUBRIAND/PR, \_\_\_\_\_de \_\_\_\_\_de 2024.

\_\_\_\_\_  
CONTRATANTE

\_\_\_\_\_  
CONTRATADA

Testemunhas

\_\_\_\_\_  
Nome  
CPF  
Endereço

\_\_\_\_\_  
Nome  
CPF  
Endereço