## DITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL TIPO TÉCNICA E PREÇO Nº 006/2026

## 1 - PREÂMBULO

1.1 O **MUNICÍPIO DE PALOTINA**, no uso de suas atribuições legais, torna público para conhecimento dos interessados que na data, horário e local acima indicados fará realizar licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA PÚBLICA TIPO TÉCNICA E PREÇO** conforme descrito neste Edital e seus Anexos.

1.2 O procedimento licitatório obedecerá, integralmente a Lei nº 12.232/2010, a Lei nº 4.680/65 e a Lei nº. 14.133/2021 e suas alterações, complementarmente, assim como as demais legislações correlatas, e às exigências previstas neste Edital e seus Anexos.

1.3 Referências:

1.3.1 **Modalidade**: Concorrência Pública
1.3.2 **Tipo**: Técnica e Preço
1.3.3 **Valor**: R$ 850.000,08
1.3.4 DATA DE ABERTURA: 25/01/2027
1.3.5 HORARIO DE ABERTURA : 09:00 horas
1.3.6 Data e horário LIMITE (Protocolo) de recebimento dos envelopes: às 08:30 do dia 25/01/2027.
1.3.7 Sendo presencial todas as sessões serão transmitidas em tempo real pela página do YouTube do Município de Palotina, link: https://www.youtube.com/@PrefeituradePalotina

1.4 As determinações contidas na Lei 12.232/2010, mesmo que não especificadas, fazem parte do presente Edital e deverão ser observadas durante o processo licitatório, bem como, na execução do contrato.

1.5 A **CONCORRÊNCIA** será realizado em sessão pública, e os trabalhos serão conduzidos pela Comissão de Licitações, nomeada pela Portaria 115/2025.

1.6 Esta licitação reger-se-á pelo tipo **Técnica e Preço**, na forma preconizada pelo artigo 55 da Lei n.º 14.133/2021, suas alterações posteriores e pelas disposições deste Edital, conforme determina o inciso IX do parágrafo quarto, do artigo 11 da Lei n.º 12.232/2010, sendo considerada vencedora da Concorrência Pública **a proponente** mais bem classificada considerando a técnica e o preço, que for habilitada.

1.6 Os trabalhos serão conduzidos pelo Agente de Contratação, **Sr. SIDNEI FERREIRA FERNANDES**, assessorado pela comissão, nomeados pela Portaria nº 115/2025. E a proposta técnica será avaliada pela sub comissão técnica sorteada conforme os critérios do chamamento 003/2026.

**RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS:** Das 08:30 horas do dia 23 de Novembro de 2026 às 08:30 horas do dia 19 de janeiro de 2027.
**INÍCIO DA SESSÃO:** às 09:00 horas do dia 19 de janeiro de 2027.

1.7 Normas legais e regulamentos que regem este edital:

- Constituição da República Federativa do Brasil;
- Lei Federal nº 14.133/2021; e
- Lei Federal nº 12.232/2010.

**ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES**

Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei Federal n.º 14.133/21, ou para solicitar esclarecimentos e providências sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido, no prazo de até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, em campo específico no sítio eletrônico PROTOCOLO site da prefeitura de Palotina,

(https://palotina.1doc.com.br/b.php?pg=wp/wp&itd=5) pelo qual serão respondidos os esclarecimentos solicitados, no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

**DISPONIBILIDADE DOS AUTOS**

No curso da licitação, os autos do processo licitatório estarão à disposição dos interessados no Portal da Transparência do Município de Palotina https://palotina.eloweb.net/portaltransparencia/1/, podendo ser solicitada cópia integral, caso indisponível, através do e-mail: admcompras@palotina.pr.gov.br ou telefone: (44) 3649-7806 ou (44) 3649-7814, com respectivo atendimento durante o horário de expediente.

## 2. DO OBJETO E DO VALOR ESTIMADO

**2.1. CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIAÇÃO, SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, DESTINADAS À PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E DE UTILIDADE PÚBLICA DAS AÇÕES, PROGRAMAS, SERVIÇOS, CAMPANHAS E INFORMAÇÕES DE INTERESSE COLETIVO DO MUNICÍPIO DE PALOTINA, EM CONFORMIDADE COM A LEI FEDERAL Nº 12.232/2010 E, SUBSIDIARIAMENTE, COM A LEI FEDERAL Nº 14.133/2021.**

**2.2** Integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

**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)** o planejamento e execução de pesquisas de opinião pública e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento, a fim de orientar, subsidiar ou complementar os esforços relacionados diretamente à determinada ação publicitária.

**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.

**e)** Criação, produção e edição de audiovisuais institucionais para a divulgação e a promoção de eventos oficiais do município.

**2.3** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "c" do item 1.2 terão a finalidade de:

**a)** gerar conhecimento sobre o ambiente, público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

**b)** aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

**c)** possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

**2.4** Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Município de Palotina.

**2.5** Para fins desta Concorrência, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção e de patrocínio.

**2.5.1** Não se inclui 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 veículo de comunicação.

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

**2.6.1** É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços de concepção e criação das ações de publicidade, conforme objeto do Edital, nos termos da Lei 14.133/2021.

**2.7** Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no art. 2º da Lei 12.232/2010 caput e §1º, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas.

**2.8** Esta licitação reger-se-á pelo **tipo técnica e preço**, modalidade Concorrência, na forma preconizada pelo artigo 55, IV da Lei n.º 14.133/2021, suas alterações posteriores e pelo disposto no Edital, conforme determina o inciso IX do parágrafo quarto, do artigo 11 da Lei n.º 12.232/2010. Será considerada vencedora da Concorrência a proponente mais bem classificada no julgamento final e que for habilitada**.**

**2.9** As determinações contidas na Lei 12.232/2010, mesmo que não especificadas no Edital, deverão que seguidas pela Agência Licitante.

**2.10 O** VALOR desta contratação esta estimado em R$ 850.000,08 (oitocentos e cinquenta mil reais e oito centavos) incluindo-se os diferentes tipos de veículos de comunicação e a produção. Cujo foi estimado um valor mensal de R$ 70.833,34, podendo esse valor variar de acordo com a demanda, porém o teto máximo anural será o de R$ 850.000,08.

**2.11** O valor acima especificado foi estimado, não estando a Administração Municipal de Palotina obrigada a cumpri-los em sua totalidade. Não caberá à licitante o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

**2.12** Anexo ao processo segue cópia tabela SINAPRO/Pr que determina os valores referenciais de serviços internos, cujo os critérios seguemas normas editadas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão da Atividade Publicitária, bem como a legislação que rege a propaganda, particularmente a Lei nº 4.680 de 18/06/1965, e os decretos 57.690 de 01/02/1966 e nº 4.563/2002.

## 3. DA PARTICIPAÇÃO

**2.1** Poderão participar desta Licitação qualquer firma individual ou sociedade, regularmente estabelecida no País, que seja especializada no objeto desta licitação e que satisfaça todas as exigências, especificações e normas contidas neste Edital e seus Anexos;

**2.2** É vedada a participação de empresas que estejam reunidas em consórcio e sejam controladoras coligadas ou subsidiárias entre si.

**2.3** Não poderão participar do presente certame empresas estrangeiras que não funcionem no País.

**2.4** Não poderá participar da licitação a empresa que estiver sob falência, concordata, concurso de credores, dissolução, liquidação ou que esteja suspensa de licitar e/ou declarada inidônea pela Administração Pública ou impedida legalmente.

**2.5** A participação neste certame importa ao proponente a irrestrita e irretratável aceitação das condições estabelecidas no presente Edital, bem como a observância dos regulamentos, normas administrativas e técnicas aplicáveis, inclusive quanto a recursos.

**2.6** – Cada licitante terá um único representante nesta licitação que, por sua vez, somente poderá representar uma única empresa licitante.

**2.7 –** Poderá participar da licitação a empresa que não tenha representante credenciado. Sendo que a mesma renunciará ao direito de se pronunciar durante a sessão e de recorrer dos fatos ocorridos durante a sessão, conforme orientação contida no Acórdão nº 405/2013, proferido pelo Egrégio Tribunal de Contas do Estado do Paraná, publicado em 08/03/2013.

## 3. REGULAMENTO OPERACIONAL DO CERTAME

**3.1** O certame será realizado pela presidente da comissão de licitações com o auxílio da equipe de apoio, que terá, em especial, as seguintes atribuições:

a) acompanhar os trabalhos da equipe de apoio;
b) responder as questões formuladas pelos fornecedores, relativas ao certame;
c) abrir os envelopes;
d) analisar a habilitação ;
e) desclassificar as habilitações indicando os motivos;

f) conduzir os procedimentos relativos à escolha da proposta de menor preço;
g) declarar o vencedor;
h) receber, examinar e decidir sobre a pertinência dos recursos;
i) elaborar a ata da sessão;
j) encaminhar o processo à autoridade superior para homologar e autorizar a contratação;
k) abrir processo administrativo para apuração de irregularidades visando a aplicação de penalidades previstas na legislação.

## 4. DOS ENVELOPES

**4.1** A proponente arcará com todos os custos relativos à elaboração e submissão de sua proposta, isentando o Município de Palotina da responsabilidade direta ou indireta sobre esses custos, independentemente do desenvolvimento do processo licitatório.

**4.2** Na data fixada no presente Edital ou mediante convocação a ser realizada pela Comissão, conforme o caso, a proponente deverá Protocolar no Setor de Protocolo do Municipio, cito a Rua Aldir Pedron 898-Centro , os seguintes envelopes:

a) **ENVELOPE Nº 01 – PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO – Via não identificada**;

b) **ENVELOPE Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO – Via identificada;**

c) **ENVELOPE Nº 03 – PROPOSTA TÉCNICA – DEMAIS INFORMAÇÕES;**

d) **ENVELOPE Nº 04 – PROPOSTA DE PREÇOS;**

e) **ENVOLOPE Nº 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (Será Exigido Somente da licitante com a melhor propostaXtécnica) PORTANTO SERÁ CONVOCADO PARA PROTOCOLAR EM DATA POSTERIOR, CASO A LICITANTE QUEIRA PROTOCOLAR NO DIA 25/01/2027 SOMENTE SERÁ ABERTO O ENVELOPE DA LICITANTE MELHOR CLASSIFICADA.**

**4.2.1** O **ENVELOPE Nº 01 – PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO – Via não identificada deverá ser entregue junto com os envelopes de 02 a 04, porém o mesmo não poderá possuir qualquer informação que possa identificar a empresa licitante. Caso haja alguma identificação da empresa a mesma será desclassificada. As únicas informações que poderá constar no envelope são as fornecidas pelo município. Vide Cláusula 5.1.1, alínea "a" o envelope será fornecido pela administração municipal de forma padronizada.**

**4.2.1.1 O mesmo deverá ser entregue junto porém não deverá receber o carimbo do protocolo.**

**4.2.2** Os ENVELOPES contendo as Propostas Técnicas (ENVELOPES Nºs 02 e 03) e Proposta de Preço (ENVELOPE Nº 04) deverão ser protocolados **até às 08:30 do dia 25/01/2027.**

**4.2.3** Não serão aceitos, sob nenhuma hipótese, envelopes protocolados após o horário estabelecido no sub item 4.2.2 ou após o horário estabelecido na convocação realizada pela Comissão, no caso do ENVELOPE Nº 05.

**4.2.3.1** A Comissão Permanente de Licitação não será responsável por qualquer perda de ENVELOPES enviados pelo correio ou outro serviço de entrega, ou pelo atraso na entrega dos mesmos.

## 05 DO PROTOCOLO DOS ENVELOPES

**05.1** Os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnica e de Preço deverão ser protocolados em invólucros distintos e separados, todos fechados, atendendo as seguintes determinações:

**5.1.1** A **PROPOSTA TÉCNICA** deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos, sendo:

a) **ENVELOPE Nº 01 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO – Via não identificada:**

01 - O envelope deverá conter o Plano de Comunicação em via sem qualquer identificação da proponente, externa (no envelope) ou interna (no Plano), de forma a preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação até a abertura do ENVELOPE Nº 02.

02 - O Departamento de Compras e Licitações fornecerá gratuitamente às participantes, invólucro próprio, mediante pedido da licitante interessada na presente licitação, onde deverá ser acondicionado o **Plano de Comunicação – Via não identificada**.

03 - A Comissão Permanente de Licitação só aceitará o **Plano de Comunicação – Via Não Identificada** que estiver acondicionado no **invólucro fornecido pelo Departamento de Compras e Licitações**, sem qualquer marca, sinal, etiqueta, rasura, rabisco, assinatura ou outro elemento capaz de, sob qualquer forma, identificar a proponente. O envelope deverá ser retirado pela interessada, mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ/MF, endereço e telefone de contato, até a data limite designada para o protocolo dos envelopes.

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

1. Capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco; conteúdo impresso em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
2. Com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda, direita, superior e inferior, a partir da borda;
3. Com espaçamento 1,0 entre as linhas e títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos;
4. Com texto em fonte “arial”, tamanho 12;
5. Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
6. Em folhas soltas, sem clipes, grampos, blister e outros;
7. Sem identificação da licitante nas partes externa e interna.

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

**06 - Os exemplos de peças solicitados, que constituem a Idéia Criativa, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequarem-se ao tamanho do invólucro fornecido pelo Departamento de Compras e Licitações.**

b) **ENVELOPE Nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO – Via identificada:**

01 - O envelope será providenciado pela própria proponente e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura, e deverá conter o **Plano de Comunicação em via identificada internamente**, com o mesmo conteúdo do plano apresentado no ENVELOPE Nº 01 sem as peças da Ideia Criativa, para que, após a avaliação e julgamento do conteúdo do **Plano de Comunicação – Via Não Identificada**, a Comissão possa identificar as proponentes.

02 - O invólucro deverá trazer em sua parte externa as seguintes informações:

**ENVELOPE Nº 02**
**Proposta Técnica: Plano de Comunicação – Via Identificada**
**Concorrência Pública nº.06 - 2026**
**À Comissão Permanente de Licitação**
**Município de Palotina**
**Razão social da licitante:**
**CNPJ/MF da licitante:**

c) **ENVELOPE Nº 03 - PROPOSTA TÉCNICA – DEMAIS INFORMAÇÕES:**

01 - O envelope deverá conter as informações que comprovem que a proponente possui Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problema de Comunicação.

02 - O invólucro será providenciado pela própria proponente e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo trazer em sua parte externa as seguintes informações:

**ENVELOPE Nº 03**
**Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problema de Comunicação**
**Concorrência Pública nº.06 - 2026**
**À Comissão Permanente de Licitação**
**Município de Palotina**
**Razão social da licitante:**
**CNPJ/MF da licitante:**

**5.1.2** A **PROPOSTA DE PREÇO (ENVELOPE Nº 04)** deverá ser acondicionada em envelope contendo as seguintes informações em sua parte externa:

**ENVELOPE Nº 04**
**Proposta de Preço**
**Concorrência Pública nº 06 - 2026**
**À Comissão Permanente de Licitação**
**Município de Palotina**
**Razão social da licitante:**
**CNPJ/MF da licitante:**

**5.1.2.1** O ENVELOPE Nº 04 será providenciado pela própria proponente e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**5.1.2.1.1** A Proposta de Preço deverá ser apresentada em papel timbrado que identifique a proponente, contendo, preferencialmente, suas páginas numeradas, em seqüencia e deverá ser obrigatoriamente redigida em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras.

**5.1.2.1.2** A Proposta deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**5.1.3** Os **DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE Nº 05):**

**5.1.3.1** Os mesmos deverão ser acondicionados em envelope contendo as seguintes informações em sua parte externa:

| |
|---|
| **ENVELOPE Nº 05** |
| **Documentos de Habilitação** |
| **Concorrência Pública nº 06 - 2026** |
| **À Comissão Permanente de Licitação** |
| **Município de Palotina** |
| **Razão social da licitante:** |
| **CNPJ/MF da licitante:** |

**5.1.3.2** O **ENVELOPE Nº 05** somente será apresentado pelos proponentes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do art. 6, inciso I da Lei Federal nº 12.232/10, devendo cada proponente Protocolar no Setor de Protocolo do Municipio de Palotina, até o horário designado para o início da sessão pública, conforme convocação específica, e será providenciado pela própria proponente, podendo ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**5.1.3.3** Os Documentos de Habilitação deverão ter, preferencialmente, todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da proponente.

## 6. DA ABERTURA DOS ENVELOPES

**6.1** Nas sessões de abertura dos Envelopes, o representante da proponente apresentará à Comissão Permanente de Licitação o documento que o credencia a participar deste certame (Anexo III), juntamente com o seu documento de identidade RG.

**6.1.2** Quando a representação for exercida por sócio ou dirigente, na forma de seus atos de constituição, o documento de credenciamento consistirá em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembléia de eleição do dirigente, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

**6.1.3** Se o representante não for membro integrante da diretoria e querendo participar ativamente (*com poderes legais para representar a proponente*) da sessão, deverá apresentar à Comissão Permanente de Licitação a **Carta de Credenciamento** que lhe outorga poder legal junto à mesma, conforme modelo constante no edital, com firma reconhecida, ou através de procuração, contendo, no mínimo, os poderes constantes do modelo que constitui a Carta de credenciamento. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia do ato que estabelece a prova

de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

**6.1.4** 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.

## 7 – DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES Nºs 01, 02 e 03)

**7.1** A Proposta Técnica deverá contemplar os seguintes itens:

a) Apresentação do **Plano de Comunicação** (ENVELOPES Nºs 01 e 02);
b) Comprovação da **Capacidade de Atendimento** (ENVELOPE Nº 03);
c) Apresentação de **Repertório** (ENVELOPE Nº 03); e
d) **Relato de Solução de Problema de Comunicação** (ENVELOPE Nº 03).

**7.1.1** O **Plano de Comunicação** deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo III) de forma a atender aos seguintes quesitos:

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

**7.1.1.2 Estratégia de Comunicação**: texto em que a licitante:

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

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

**7.1.1.3 Ideia Criativa**: a licitante apresentará campanha exclusivamente publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e de atendimento dos objetivos de comunicação, indicando, em forma de lista, todas as peças integrantes da campanha apresentadas na ideia criativa e nos exemplos de peças, incluídas as eventuais reduções e variações de formato. Os exemplos de peças estão condicionados e limitados ao quanto segue:

a) Limitados a 03 (três), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;

b) Podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça.

**b.1)** No caso de peças de não mídia, só serão aceitos exemplos finalizados.

**b.2)** Se forem apresentadas peças como parte de um *kit*, cada uma delas será computada no limite de que trata a alínea "a" do subitem 7.1.1.3, acima.

**7.1.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia**: que deverá constituir-se em:

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

**b)** Simulação de plano de distribuição de todas as peças, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

**b.1)** Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos

investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia.

**b.2)** No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

**b.3)** Na simulação de que trata a alínea "b", acima, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos (SINAPRO), devendo ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, como também deverão ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de terceiros.

**7.1.2** Comprovação da Capacidade de Atendimento: textos em que a licitante apresentará:

a) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante nos 03(três) últimos anos, considerados a partir da data de publicação do **Aviso de Licitação**;

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

c) As instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

d) A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Palotina**,** sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

**7.1.3 <u>Apresentação de Repertório:</u>** apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados, distribuídos, exibidos ou expostos pela licitante.

**7.1.3.1** Poderão ser apresentadas até 03 (três) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas nos últimos dois anos, contados até a data de apresentação das propostas.

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

**7.1.3.3** As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou Pendrive e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

**7.1.3.4** As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Município, já veiculados na mídia.

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

**7.1.4.1** O relato terá de ser formalmente referendado pelo respectivo anunciante e não pode referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Município.

**7.1.4.2** É permitida a inclusão de até 03 (três) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para o relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou Pendrive e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

**7.2** Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação estão limitados a 10 (dez) páginas, ressalvado que as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos dos quesitos e os documentos a que se referem os subitens 7.1.1.3 e 7.1.1.4 não serão computados nesse limite de páginas.

**7.3** Caberá a administração superior e a assessoria de imprensa decidir se as campanhas publicitárias da Proposta vencedora serão ou não produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, durante a execução do contrato.

## 8 – PROPOSTA DE PREÇO (ENVELOPE Nº 04)

**8.1** A Proposta de Preço deverá conforme modelo constante do Anexo VIII, impressa por computador/impressora, sem rasura e entrelinhas, em folhas, preferivelmente, do **tamanho A4 (21,0 x 29,7cm**), indicando, obrigatoriamente, as informações constantes do referido anexo.

**8.2** Na Proposta de Preço deverá ainda constar, obrigatoriamente:

a) Razão social, CNPJ/MF, endereço completo, número do telefone/celular, email;
b) Data;
c) Prazo de validade da Proposta de Preço, não superior a 60 (sessenta) dias, contados a partir da data limite estabelecida para o recebimento dos ENVELOPES N°s 01 a 04.

**8.**3 Juntamente com a Proposta de Preço a proponente deverá apresentar documento informando a qualificação do responsável que irá firmar o contrato (nome completo, nacionalidade, estado civil, Carteira de Identidade, CPF e endereço), conforme Modelo de Formulário para Assinatura de Contrato, caso seja ela a vencedora.

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

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

## 9 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE Nº 05)

**9.1 Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços apresentarão os documentos relativos à habilitação (Envelope n.º 5).**

**9.1.1** As proponentes deverão incluir no **ENVELOPE Nº 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO** os seguintes documentos:

**9.1.1.1 HABILITAÇÃO JURÍDICA**

**a)** Comprovante de inscrição no CNPJ, atualizado;

**b)** Contrato Social e última alteração; ou Certidão Simplificada da Junta Comercial e última alteração do Contrato Social; ou Estatuto Social e última alteração acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

**b1)** Nos documentos mencionados na alínea b deverão constar, entre os objetivos sociais da proponente, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência Pública;

**c)** Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

**d)** Decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

**9.1.1.2 REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA**

**a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda (CNPJ)**;

**b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal ou Estadual**, relativa sede da licitante.
**c)** Prova de situação regular perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - Certidão negativa do FGTS;
**d)** Certidão Negativa de Tributos Municipais, do Município sede da empresa proponente;
**e)** Certidão Negativa de Divida Ativa de Tributos Estaduais, do Estado da sede da proponente;
**f)** Certidão Negativa de Quitação de Tributos e Contribuições Federal, com abrangência das contribuições sociais;
**g) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT)** que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho; e
**h)** Declaração de Observância ao disposto no Inciso XXXIII do Art. 7º da CF, conforme modelo constante do Anexo VI;

**9.1.1.3 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

**a)** Balanço Patrimonial e DRE do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa.
**b)** Certidão Negativa de falência ou concordata expedida pelo Cartório Distribuidor da sede da pessoa jurídica licitante, com data não superior a 90 (noventa) dias da data estabelecida para entrega dos envelopes da presente licitação;

**9.1.1.4 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

**a) Atestado(s) de Capacidade Técnica** da licitante, emitido(s) por entidade da Administração Federal, Estadual ou Municipal, direta ou indireta e/ou empresa privada que comprove, de maneira satisfatória, a aptidão para desempenho de atividades pertinentes ao objeto a ser licitado.

1. No caso de atestados emitidos por empresa de iniciativa privada, não serão considerados aqueles emitidos por empresas pertencentes ao mesmo grupo empresarial da empresa proponente.
2. Serão consideradas como pertencentes ao mesmo grupo empresarial da empresa proponente, empresas controladas ou controladoras da empresa proponente ou que tenham pelo menos uma mesma pessoa física ou jurídica que seja sócio da empresa proponente.

**9.1.1.5 OUTRAS DECLARAÇÕES E COMPROVAÇÕES**

**a)** Declaração Unificada (Anexo VII);
**b)** **Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento obtido junto ao CENP – Conselho Executivo de Normas-Padrão;**
**c)** Declaração de Não vínculo com o quadro funcional do município - Anexo VII.
**d)** Declaração de Idoneidade – Anexo VII.

**9.1.1** Todas as certidões deverão estar em vigor quando da apresentação dos Documentos de Habilitação. Será considerada como válida pelo prazo de até 90 (noventa) dias, contado a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

**9.1.2** Caso não haja a comprovação do enquadramento em regime de tributação de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (na hipótese do licitante ser ME ou EPP), as proponentes poderão participar do procedimento licitatório, sem direito, entretanto, à fruição dos benefícios previstos na Lei Complementar n.º 123/2006.

**9.2** As microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação da regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

**9.2.1** Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa;

**9.2.2-** A não-regularização da documentação no prazo previsto no subitem anterior implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei n.º 14.133/2021, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

**9.3** Certidões disponibilizadas por intermédio da Internet dispensam autenticação.

**9.4** A falta de qualquer dos documentos citados ou sua apresentação em desacordo com o presente edital, bem como documentos vencidos, implicará na inabilitação do participante.

**9.5** Os documentos necessários à habilitação serão apresentados em original ou por qualquer processo de cópia autenticada por tabelião, servidor da administração publica ou publicação em órgão da imprensa oficial.

**9.5.1** Na hipótese do interessado pretender servir-se da autenticação por membro da Comissão Permanente de licitação, deverá oferecer previamente original e cópia, não se admitindo autenticação depois de abertos os envelopes ou no momento da abertura. Para esse procedimento a Comissão Permanente de Licitação ficará antecipadamente à disposição dos interessados no horário de expediente no Departamento de Compras e Licitações do Município.

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

## 10 – JULGAMENTO E PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

**10.1** As Propostas Técnicas das licitantes serão examinadas pela Subcomissão Técnica, sorteada preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.
10.1.1 Os quais serão escolhidos mediante sorteio a ser realizado em 28 de Outubro de 2026 conforme termos do artigo 10, da Lei 12.232/2010 o resultado será publicado em 29/10/2026.

### 10.2 COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

**10.2.1** Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, com exceção da analise e julgamento das Propostas Técnicas.
**10.2.2** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.
**10.2.3** Um dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com os órgãos e entidades do Poder Executivo do Município de Palotina.
**10.2.4** A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 06 (seis) integrantes, 2 (dois) deles sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Executivo do Município, todos previamente cadastrados pela Comissão Permanente de Licitações.
**10.2.5** A relação dos nomes referidos no subitem 10.2.4 deste Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitações no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.
**10.2.6** O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de

membros que mantenham ou não vínculo com o Poder Executivo do Município, nos termos dos subitens 10.2.2 e 10.2.3.

**10.2.7** A relação prevista no subitem 10.2.4 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Poder Executivo do Município.

**10.2.7.1** Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 10.2.4, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitações, de justificativa para a exclusão.

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

**10.2.7.3** A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto nos itens acima.

**10.2.7.4** Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 10.2.4.

**10.2.7.5** Só será admitida nova impugnação se esta referir-se a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

**10.2.8** A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 10.2.7.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

**10.2.9** Os membros da Subcomissão Técnica não poderão participar da Sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as propostas técnicas e de preço.

**10.3** Serão levados em conta pela subcomissão técnica, como critério de julgamento os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

**10.3.1 PLANO DE COMUNICAÇÃO**

**10.3.1.1** Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão do problema específico de comunicação e dos objetivos de comunicação.

**10.3.1.2** Estratégia de Comunicação

**a)** A adequação do partido temático e do conceito propostos ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação;

**b)** A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

**c)** A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município com seu público;

**d)** A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação;

**e)** A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta;

**f)** A capacidade de identificar opções de abordagem de comunicação e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;

**g)** A capacidade de articular os conhecimentos sobre o problema específico de comunicação, os objetivos de comunicação, os públicos e a verba disponível.

**10.3.1.3** Ideia Criativa

**a)** Sua adequação ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação;

**b)** A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

**c)** A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;

**d)** A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

**e)** A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

**f)** A pertinência em relação às atividades do Município;

**g)** Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
**h)** A exeqüibilidade das peças;
**i)** A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

**10.3.1.4** Estratégia de Mídia e Não Mídia
**a)** O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;
**b)** A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
**c)** A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
**d)** A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura do Município;
**e)** A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
**f)** A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

**10.3.2 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**
a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
b) A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Município, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
c) A adequação das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;
d) A operacionalidade do relacionamento entre o Município e a licitante, esquematizado na Proposta;
e) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

**10.3.3 REPERTÓRIO**
**a)** A idéia criativa e sua pertinência;
**b)** A clareza da exposição;
**c)** A qualidade da execução e do acabamento.

**10.3.4 RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO**
**a)** A concatenação lógica da exposição;
**b)** A evidência de planejamento publicitário;
**c)** A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
**d)** A relevância dos resultados apresentados.

**10.4** A nota da Proposta Técnica de cada licitante está limitada ao máximo de 100 (**cem)** pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir, atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

**a)** Plano de Comunicação – 65 (**sessenta e cinco), sendo:**

**a1**) Raciocínio Básico – Maximo 10 (**dez)**

| Não atende as expectativas | Ruim | Regular | Bom | Excelente |
|---|---|---|---|---|
| **0** | **2** | **5** | **7** | **10** |

**a2**) Estratégia de Comunicação – Máximo 20 (**vinte)**

| Não atende as expectativas | Ruim | Regular | Bom | Excelente |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 2 | 5 | 10 | 20 |

**a3**) Idéia Criativa – Maximo 25 (**vinte e cinco)**

| Não atende as expectativas | Ruim | Regular | Bom | Excelente |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 2 | 5 | 15 | 25 |

**a4**) Estratégia de Mídia e Não Mídia –Maximo 10 (**dez)**

| Não atende as expectativas | Ruim | Regular | Bom | Excelente |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 2 | 5 | 7 | 10 |

**b)** Capacidade de Atendimento –Maximo 15 (**quinze)**

| Não atende as expectativas | Ruim | Regular | Bom | Excelente |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 2 | 5 | 7 | 15 |

**c)** Repertório –Maximo 10 (**dez)**

| Não atende as expectativas | Ruim | Regular | Bom | Excelente |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 2 | 5 | 7 | 10 |

**d)** Relato de Solução de Problema de Comunicação –Maximo 10 (**dez)**

| Não atende as expectativas | Ruim | Regular | Bom | Excelente |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 2 | 5 | 7 | 10 |

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

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

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

**10.4.2** A nota da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.
**10.4.3 Cada integrante da subcomissão deverá produzir justificativa escrita, individualizada e específica para cada nota atribuída, indicando os elementos concretos da proposta que fundamentaram sua avaliação.**

**10.5** Será desclassificada a Proposta Técnica que:

a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (**setenta)** pontos;

c) **Obtiver nota zero** em quaisquer dos quesitos a que se refere o item 10.3, alíneas "a" (incluindo os subquesitos a1 a a4), "b", "c" e "d".

**10.6** Será considerada mais bem-classificada na fase do julgamento técnico a licitante que obtiver **maior pontuação** na soma das notas dos quesitos.

**10.6.1** Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem-classificada, será assim considerada a que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes ao item 10.3.1, alíneas "a", "b", "c" e "d".

**10.6.2** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do subitem 14.4.1 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

## 11 – JULGAMENTO E VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

**11.2** O valor de pontuação, integrante da Proposta é o Percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Estado do Paraná (SINAPRO/PR), com atribuição de um máximo de 100 (cem) pontos.

**11.3** A avaliação da Proposta de Preços será pelo máximo de 100 (cem) pontos. Na avaliação da proposta de preços será atribuída pontuação em seus itens através dos seguintes critérios:

| A – Desconto sobre os custos internos da tabela referencial de custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná. (Até 100 (cem) pontos)<br>**A.1 Critério de desconto equivalendo 2 (dois) pontos a cada 1% de desconto.** | |
|---|---|
| Descontos a serem aplicados | Pontos Concedidos |
| 0% | Zero ponto |
| 10% | 20 ponto |
| 20% | 40 pontos |
| 30% | 60 pontos |
| 40% | 80 pontos |
| 50% | 100 pontos |

**11.4** Será desclassificada a Proposta de Preço que:

**a)** Não atender às exigências deste Edital e de seus anexos;
**b)** Que apresentar preço baseado em outra Proposta;
**c)** Que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;

## 12 – EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

**12.1** A Comissão Permanente de Licitação examinará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, em sessão pública para a qual serão convocadas as licitantes classificadas no julgamento final das propostas.

## 13 – JULGAMENTO FINAL DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA

**13.1** O julgamento final desta Concorrência Pública será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021 para **o tipo Técnica e preço**, conforme art. 11 inciso IX da Lei Federal nº 12.232/2010.

**13.2** A classificação das licitantes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações da proposta técnica e da proposta de preços, cujo cálculo da Nota Final – NF obedecerá à seguinte fórmula:

$$NF = \frac{(NPT \times 6{,}0) + (NPP \times 4{,}0)}{10}$$ onde:

NF = Nota Final.
NPT = Nota da Proposta Técnica.
NPP = Nota da Proposta de Preços

**13.3** Será considerada vencedora desta Concorrência Pública a licitante mais bem classificada na pontuação final da Proposta Técnica e da Proposta de Preço, em ordem decrescente das notas finais e que for habilitada.

## 14 – PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

**14.1** Todos os procedimentos e julgamentos serão realizados pela Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

**14.1.1** Serão realizadas no mínimo **4 (quatro) reuniões públicas**, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

**14.1.2** Serão lavradas atas circunstanciadas das reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.

**14.1.3** Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

**14.1.4** A Comissão Permanente de Licitação poderá, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível, pela licitante mais bem classificada, para a realização dos serviços objeto desta Concorrência Pública.

**14.1.5** É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta Concorrência Pública, 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 dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preço.

**14.1.6** A Comissão Permanente de Licitação, conforme o caso, poderá, no interesse do Município relevar omissões puramente formais nos Documentos de Habilitação e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência Pública.

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

**14.1.8** Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento resultará na sua desclassificação.

**14.2** A Comissão Permanente de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

**14.3** A **primeira sessão pública** será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo do Edital, nos moldes do artigo 11 da Lei nº 12.232/10, e terá basicamente a seguinte pauta:

**a)** Identificar os representantes das licitantes, por meio de qualquer dos documentos apontados no item 6.4;
**b)** Receber do Setor de Protocolo os **ENVELOPES Nºs 01**, 02, 03 e 04**;**
**c)** Conferir se o **ENVELOPE Nº 01** apresenta em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber todos os seus **ENVELOPES**.

**14.4** Em ato contínuo, a Comissão procederá a abertura dos ENVELOPES que contêm a via do **Plano de Comunicação não identificada** (**ENVELOPE Nº 01**) e a proposta técnica referente à capacidade de atendimento, repertório e relato de solução de problema de comunicação (**ENVELOPE Nº 03**), encaminhando-os, na seqüência, à subcomissão técnica sorteada para análise e julgamento.

**14.4.1** A Comissão Permanente de Licitação informará que será publicado no órgão oficial do Município (Diário Oficial Eletrônico) aviso indicando data, hora e local da próxima reunião com vistas à apuração do resultado geral.

**14.5** De posse dos ENVELOPES Nºs 01 e 03, a subcomissão técnica irá:
**a)** Analisar individualmente o plano de comunicação publicitária (ENVELOPE Nº 01), julgando-o de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital, desclassificando as empresas que não respeitaram as exigências legais e editalícias.
**b)** Elaborar ata de julgamento do Plano de Comunicação, atribuindo pontuação aos quesitos conforme itens 10.3 e 10.4 deste edital, para depois encaminhá-la juntamente com as propostas, planilhas com as pontuações dadas por cada membro da subcomissão técnica e justificativas das razões que fundamentaram cada caso para a Comissão Permanente de Licitações.
**c)** Analisar as "Demais Informações" (ENVELOPE 3), contendo a capacidade de atendimento, repertório e relato da solução, julgando-o de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital, desclassificando as empresas que não respeitaram as exigência legais e editalícias.
**d)** Elaborar ata de julgamento das "Demais Informações", atribuindo pontuação aos quesitos, conforme itens 10.3 e 10.4 deste edital, para depois encaminhá-la juntamente com as propostas, planilhas com as pontuações dadas por cada membro da subcomissão técnica e justificativas das razões que fundamentaram cada caso para a Comissão Permanente de Licitações.

**14.5.1** Caso se constate nos documentos do **ENVELOPE nº 01**, em qualquer momento anterior à abertura do **ENVELOPE nº 02**, a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, a licitante será automaticamente desclassificada e impedida de participar das fases posteriores do certame.

**14.6** Recebidas as atas da análise das Propostas Técnicas (**ENVELOPES Nºs 01 e 03**), a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 14.4.1, para participar da **segunda reunião pública**, com a seguinte pauta básica:
**a)** Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
**b)** Abrir o **ENVELOPE nº 02**;
**c)** Cotejar as vias não identificadas (**ENVELPE nº 01**) com as vias identificadas (**ENVELOPE nº 02**) do Plano de Comunicação para a identificação de sua autoria;
**d)** Elaborar planilha com as notas das Propostas Técnicas, constituídas dos quesitos, Plano de Comunicação, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em ordem decrescente de classificação, de acordo com a metodologia estabelecida nos itens 10.1 a 10.5;
**e)** Proclamar o resultado de julgamento das Propostas Técnicas.

**14.7** A **terceira sessão pública** terá a seguinte pauta básica:
**a)** Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

**b)** Abrir o **ENVELOPE nº 04**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
**c)** Examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las, de acordo com os critérios estabelecidos no item 11;
**d)** Identificar a melhor proposta através da aplicação da fórmula de pontuação da nota técnica e da nota de preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
**e)** Declarar vencedora provisória desta Concorrência Pública **a licitante** mais bem-classificada na Nota Final, ordenando as demais em ordem de pontuação da Nota Final;

**14.8 Na sequência** a Comissão Permanente de Licitações convocará a licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final das propostas para a **quarta sessão pública** com vistas a apresentação dos documentos de Habilitação (**ENVELOPE nº 05**). Os invólucros serão recebidos e abertos pela Comissão Permanente de Licitação que fará a análise da sua conformidade com as condições estabelecidas neste edital, elaborando-se a competente ata de julgamento e oportunizando a interposição de recurso no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

**14.9** Encerrada a análise da documentação de habilitação se a empresa não estiver habilitada, será convocada a próxima colocada, e assim sucessivamente até que uma empresa licitante seja declarada habilitada.
**14.10** A partir que uma licitante for declarada habilitada e todos os representantes das licitantes estiverem presentes, abrir-se-á em sessão o prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recursos às decisões do certame, conforme Acórdão 2015/2026 do Pleno TCE/Pr, que estabelece fase recursal única em licitações regidas pela lei 14133/2021.

**14.10.1** Não estando presentes os representantes de TODOS os licitantes, o resultado será publicado no Diário Oficial Eletrônico do Município com intimação do prazo para recurso.

**14.11** À vista do relatório da Comissão Permanente de Licitação, o Sr. Prefeito homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta Concorrência Pública à vencedora.

## 15 – DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

**15.1** Por decisão da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta Concorrência Pública poderão ser divulgadas durante as reuniões de abertura de **ENVELOPES**, se presentes todos os representantes dos licitantes, ou mediante publicação no órgão oficial do Município, conforme disposto no subitem 14.4.1 deste Edital.

## 16 – DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

**16.1** Eventuais recursos referentes à presente Concorrência Pública deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar do conhecimento da decisão correspondente, em petição escrita dirigida à Comissão Permanente de Licitação.

**16.1.1** Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão apresentar contrarrazões no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis.

**16.1.2** Recebidas as contrarrazões, ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectivas contrarrazões, ao Sr. Prefeito, que decidirá em até 05 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

**16.1.2.1** Tratando-se de recurso interposto em face da Proposta Técnica, a análise deverá ser feita pela Subcomissão Técnica.

**16.1.3** 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.

**16.1.4** Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação - motivadamente e se houver interesse para o Município– atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

**16.2** Os recursos, deverão ser, obrigatoriamente, protocolados no Setor de Protocolo do Municipio, sito a Rua Aldir Pedron 898- centro, cidade de Palotina , Estado do Paraná, no horário das 08h00min às 11h30min e das 13h30min às 17h00min, **não sendo aceito o encaminhamento via fax, correio eletrônico ou através de serviço postal.**

## 17 – CONDIÇÕES CONTRATUAIS

**17.1** A licitante vencedora terá o prazo de até **07 (sete)** dias, contados a partir da convocação, para assinar o termo de contrato, nos moldes da minuta constante do Anexo XI, e o prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista na Cláusula Oitava da minuto do Contrato e 17.11 Deste Edital.

**17.2** Se a licitante vencedora não comparecer para assinar o contrato, no prazo estipulado no item 17.1, será convocada a segunda melhor colocada, segundo a ordem de classificação, para assinar o instrumento em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de comparecer ou poderá a Administração revogar esta Concorrência Pública.

**17.3** Será aplicada a multa compensatória prevista na alínea a do subitem 19.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

**a)** Recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado; ou

**b)** Não manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.

**17.3.1** O disposto no subitem anterior não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 17.2.

**17.4** O prazo de execução poderá ser alterado, de acordo com a aplicação da Lei Geral de Licitações nº 14.133/2021. Tratando-se de SERVIÇO CONTINUADO, poderá haver a prorrogação de prazo, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, limitados à 10 (dez) anos.

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

**17.6** A Extinção do Contrato poderá ocorrer nos seguintes casos:

**17.1.** O contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado.

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

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

**17.4.** Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.

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

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

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

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

**17.6.** O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

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

17.6.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

17.6.3. Indenizações e multas.

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

**17.8.** O contrato poderá ser extinto caso se constate que a contratada mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021).

**17.6.1** Ainda, o Contratante se reserva o direito de rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, quando:

a) A Contratada falir, for dissolvida ou por superveniente incapacidade técnica;

b) Houver inadimplência de cláusulas ou condições contratuais por parte da Contratada e desobediência da determinação da fiscalização;

c) A Contratada transferir, no todo ou em parte, o contrato a quaisquer empresas ou consórcios de empresas sem expressa anuência do Contratante;

d) Houver atraso dos serviços, sem justificativa aceita pelo Contratante.

**17.7** Será da responsabilidade da CONTRATADA o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

**17.8** Obriga-se também a CONTRATADA por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

**17.9** A **CONTRATADA** só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência Pública, que envolva o nome do Município, se houver expressa autorização da Administração Municipal. Esse procedimento se estenderá às eventuais subcontratadas.

**17.10** É vedado à **CONTRATADA** utilizar o contrato resultante da presente Concorrência Pública como caução ou como garantia em operações financeiras.

**17.11 DA GARANTIA CONTRATUAL**:

17.11.1 Após a homologação do Processo licitatório, será exigido da empresa vencedora a garantia de execução é exigida do contratado. Com o objetivo de garantir o cumprimento das obrigações contratuais. Conforme lei 14.133/2021 o percentual será de 5% do valor homologado de cada lote. As modalidades aceitas para essa garantia são as mesmas da garantia de proposta.

17.11.1.1 O comprovante da Garantia da Execução poderá ser:

(i) a caução real (em dinheiro ou em títulos da dívida pública – art. 96, § 1º, inc. I);

(ii) o seguro-garantia (inc. II );

(iii) a fiança bancária (inc. III) ; e

(iv) o título de capitalização (inc. IV).

17.11.1.2 Caso a empresa licitante opte por Caução em Depósito Bancário, a conta para depósito será o Banco do Brasil - Ag 0959-8 – Conta Corrente 22.180-5.

17.11.1.3 Caso a empresa opte por Seguro Garantia, a mesma terá prazo mínimo de 1 (um) mês, contado da data de homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato, para a prestação da garantia pelo contratado.

17.11.2 A garantia prestada pelo contratado será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente – Art 100 Lei 14.133/2021.

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

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

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

a) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

b) prejuízos causados à Administração, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;

c) multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à CONTRATADA;

d) obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA, quando couber.

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

17.11.7 Para a garantia do Contrato, caso a CONTRATADA opte por apresentar títulos da dívida pública, os mesmos deverão ter valor de mercado compatível com o valor a ser garantido no contrato, preferencialmente em consonância com as espécies recomendadas pelo Governo Federal, como aquelas previstas no art. 2º, da Lei nº 10.179, de 06 de fevereiro de 2001.

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

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

17.11.10 A CONTRATANTE executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

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

17.11.12 A garantia será restituída automaticamente, ou por solicitação, **no prazo de até 30 (trinta) dias contados do final da vigência do contrato ou da rescisão.**

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

## 18 – REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

**18.1** A remuneração à **CONTRATADA** pelos serviços prestados, será feita nos termos da minuta de contrato, consoante o preço (percentual) alcançado na forma prevista no item 11.

**18.1.1** O Município não ressarcirá os custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA** e não pagará honorários ou qualquer remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à **CONTRATADA** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

**18.2** O pagamento será efetuado todo dia 10 (dez) de cada mês, respeitando-se a tramitação do empenho e mediante emissão de regular documentação.

**18.2.1.** Na nota fiscal deverão constar: discriminação do item, número da licitação, número do contrato e outros dados que julgar convenientes, não devendo conter rasuras ou entrelinhas. A Nota fiscal deve ser emitida pela própria CONTRATADA, obrigatoriamente com o número do CNPJ apresentado nos documentos de habilitação e proposta de preços, não se admitindo sua emissão em outro CNPJ, ainda que da matriz ou outras filiais.

**18.2.2.** Para a liquidação e pagamento das despesas, além da Nota Fiscal e da comprovação de prévia autorização para a realização do serviço a CONTRATADA deverá apresentar,

I – Em se tratando de veiculação: a tabela de preços, a descrição dos descontos obtidos, se for o caso, e o pedidos de inserção correspondentes;

II – Em se tratando de fornecedores de serviços especializados: a comprovação da execução dos serviços.

**18.2.3.** Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhadas pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no seguinte endereço: Rua Aldir Pedron 898- Centro Palotina Pr, CEP 85950-000, aos cuidados da Assessoria de Imprensa .

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

**18.2.5.** As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação: “Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

**18.2.6.** A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I – execução de serviços internos: apresentação do documento de cobrança de que trata o item 18.2.1;

II - intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e II do subitem 18.2.2;

III - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e II do subitem 18.2.2;

IV - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e II do subitem 18.2.2, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos da alínea “e” do item 7.1.2 deste edital.

**18.2.7.** Na ocorrência de falha local em uma programação em rede de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

**18.2.8.** É da responsabilidade da CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à CONTRATANTE.

**18.2.9** O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, após a apresentação dos documentos previstos nos subitens acima.

**18.2.10.** No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 18.2.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;
II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;
III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

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

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

**a1)** como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;

**a2)** como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

**b)** Mídia Exterior:

**b1)** Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

**b2)** Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

**b3)** Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

**b3.1)** Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

**c)** Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo.

**18.2.11.1.** As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' acima serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

**18.3.** A liberação do pagamento fica condicionada, ainda, à apresentação dos seguintes documentos:

a) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
b) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;
c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional; e,
d) certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

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

**18.5** Os pagamentos serão efetuados via transferência Bancária, devendo para tanto a Empresa vencedora informar no ato da Entrega dos produtos e/ou da Nota Fiscal a Agência Bancária e a Conta Corrente que deverá estar obrigatoriamente em nome da mesma.

**18.6** No ato do pagamento de cada parcela serão realizadas as retenções e deduções necessárias.
**18.7** Para cobertura das despesas decorrentes desse edital usar-se-á a(s) seguinte(s) dotação Orçamentária: **02.001.04.122.0002.2004.3.3.90.39.00.00. – 000.01.07.00.00 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA.**

## 19 – SANÇÕES

**19.1** Com fulcro na Lei n.º 14.133, de 2021 e na regulamentação municipal pertinente, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

19.1.1. advertência;
19.1.2. multa;
19.1.3. impedimento de licitar e contratar e
19.1.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

19.2. As sanções de advertência, multa, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade serão aplicadas de acordo com a natureza e a gravidade da infração praticada, observadas as disposições da Lei nº 14.133/2021 e da regulamentação municipal pertinente.
19.3. As multas moratórias e compensatórias serão aplicadas nas hipóteses, percentuais, critérios de cálculo e demais condições estabelecidos na regulamentação municipal pertinente.

19.3.1. A multa poderá ser aplicada isoladamente ou cumulativamente com outras sanções administrativas, observadas as disposições legais e regulamentares aplicáveis.
19.3.2. As multas moratória e compensatória não serão cumuladas entre si, ressalvadas as hipóteses expressamente previstas na regulamentação municipal.
**19.3.3. Quando o contrato ainda não houver sido celebrado, os percentuais de multa compensatória incidirão sobre o valor estimado da contratação.**

**19.4. A apuração das infrações administrativas e a aplicação das sanções previstas neste Edital e no Contrato observarão o procedimento estabelecido na regulamentação municipal pertinente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.**

**19.4.1. A instauração, a instrução, o julgamento, a aplicação das penalidades, os recursos administrativos, a reabilitação e os demais atos processuais observarão o rito e os prazos previstos na regulamentação municipal pertinente.**

**19.5. A aplicação das sanções previstas neste Edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados à Administração Pública.**
**19.6** Em qualquer hipótese de aplicação de sanções, será assegurado à **CONTRATADA** o contraditório e a ampla defesa.

## 20 – DISPOSIÇÕES FINAIS

**20.1** O Município de Palotina poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o 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.

**20.2** Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo Município.

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

**20.4** Para fins desta Concorrência Pública, o Briefing (Conforme Cláusula 4 do Termo de Referência) reúne as informações necessárias à elaboração das Propostas e, portanto, atende às exigências do Projeto Básico (Anexo I) a que se refere o art. 6º inciso II, da Lei nº 12.232/2010.

**20.5** Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Município de Palotina comunicará os fatos verificados à Procuradoria Geral do Município e ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

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

**20.7** Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Concorrência Pública 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.

**20.7.1** A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

**20.8** Correrão por conta do Município as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no órgão oficial do Município, na forma prevista na Lei nº 14.133/2021.

**20.9** Antes da data marcada para a abertura dos ENVELOPES contendo as Propostas, a Comissão de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos e Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

**20.10** Os ENVELOPES das licitantes inabilitadas ou desclassificadas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, o Município providenciará sua destruição.

**20.11** As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas no Juízo da Comarca de Palotina, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

**20.12** Na contagem dos prazos estabelecidos neste edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

**20.13** Caso as datas previstas para a realização de eventos da presente licitação sejam declaradas feriado ou ponto facultativo, aqueles eventos serão realizados no primeiro dia útil subsequente.

**20.14** Integram este Edital os seguintes anexos:

**Anexo I:** Termo de Referência;
**Anexo II:** Estudo Técnico Preliminar;
**Anexo III:** Briefing;
**Anexo IV:** Modelo de Carta de Credenciamento/Procuração;
**Anexo V:** Modelo de Declaração de que se enquadra como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte - Lei Complementar 123/2006;
**Anexo VI:** Modelo de Declaração de que não há em seu quadro de pessoal, menores de 18 anos;

**Anexo VII:** Declaração Unificada;
**Anexo VIII:** Modelo de Proposta de Preços;
**Anexo IX:** Modelo de Formulário para Assinatura de Contrato;
**Anexo X:** Declaração LGPD; e
**Anexo XI:** Minuta de Contrato.

**20.15** Fica reservado ao Município de Palotina, o direito de revogar ou anular a presente licitação em qualquer de suas fases, no todo ou em parte, sem que por este fato tenha que responder por qualquer indenização ou compensação.
**20.16** É facultada à autoridade competente, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar no ato da sessão pública.
**20.17** As licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e o Município de Palotina não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
**20.18** As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.
**20.19** Após apresentação da proposta, não caberá desistência, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Licitação.
**20.20** Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subseqüente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da Comissão em contrário.
**20.21** Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente no Município de Palotina.
**20.22** O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento da licitante desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.
**20.23** Os casos não previstos neste Edital serão decididos pela Comissão de Licitação, com base na legislação pertinente;
**20.24** A participação do proponente nesta licitação implica em aceitação de todos os termos deste Edital;
**20.25** O foro designado para julgamento de quaisquer questões judiciais resultantes deste Edital será o de Palotina/PR;

Palotina, 21 de Novembro de 2026.

ASSINADO DIGITALMENTE
RODRIGO RIBEIRO
A conformidade com a assinatura pode ser verificada em:
https://serpro.gov.br/assinador-digital
Serpro

RODRIGO RIBEIRO
**PREFEITO MUNICIPAL**

**ANEXO I TERMO DE REFERÊNCIA**

**TERMO DE REFERÊNCIA – CONCORRÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

**(X) Recurso Próprio ( ) Recurso Estadual ( ) Recurso Federal**
O recurso é fonte de emenda/Convênio? ( ) Sim (X) Não.

## 3. DO OBJETO

**3.1.** O objeto do presente termo de referência é: **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIAÇÃO, SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, DESTINADAS À PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E DE UTILIDADE PÚBLICA DAS AÇÕES, PROGRAMAS, SERVIÇOS, CAMPANHAS E INFORMAÇÕES DE INTERESSE COLETIVO DO MUNICÍPIO DE PALOTINA, EM CONFORMIDADE COM A LEI FEDERAL Nº 12.232/2010 E, SUBSIDIARIAMENTE, COM A LEI FEDERAL Nº 14.133/2021.**

## 4. DESCRIÇÃO DETALHADA DOS BENS/SERVIÇOS A SEREM ADQUIRIDOS

2.1 Relação de itens:

| ITEM | CÓD. | DESCRIÇÃO / ESPECIFICAÇÃO | QTDE | UNID. | VALOR UNIT. | VALOR TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 01 | 562 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 12 | Serv. | 70.833,34 | 850.000,08 |
| TOTAL | | | | | | 850.000,08 |

**2.2 Detalhamento do item:**

Os serviços objeto da presente contratação compreendem o conjunto de atividades realizadas de forma integrada por agência de propaganda, destinadas ao planejamento, conceituação, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de publicidade institucional do Município de Palotina, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, com a Lei Federal nº 14.133/2021.

A execução contratual compreenderá, entre outras atividades correlatas e necessárias ao atendimento das demandas da Administração Municipal:

a) estudo, diagnóstico, pesquisa, planejamento, conceituação, desenvolvimento de estratégias de comunicação e elaboração de campanhas publicitárias;

b) criação, redação, direção de arte, design gráfico, produção de conteúdo, desenvolvimento de identidade visual para publicidade institucional e elaboração de peças publicitárias destinadas aos diversos meios de comunicação;

c) produção interna ou intermediação da produção externa de peças publicitárias, materiais gráficos, audiovisuais, sonoros, digitais, eletrônicos e demais formatos necessários ao atendimento das campanhas;

d) planejamento, negociação, contratação, distribuição, controle e acompanhamento da veiculação das campanhas junto aos veículos e demais meios de divulgação, observadas as melhores condições técnicas e comerciais disponíveis;

e) acompanhamento, supervisão, gerenciamento e fiscalização técnica da produção e da veiculação das campanhas publicitárias;

f) elaboração de planos de mídia, planos de comunicação, cronogramas de execução, relatórios de desempenho, relatórios de mídia, comprovação de veiculação e demais documentos técnicos necessários à execução contratual;

g) prestação de assessoria técnica à Administração Municipal durante todas as etapas de desenvolvimento das campanhas, inclusive mediante participação em reuniões, apresentação de estudos, propostas e alternativas de comunicação quando solicitadas;

h) disponibilização de equipe técnica qualificada, compatível com a complexidade dos serviços contratados, observadas as exigências do Edital;

i) execução dos serviços exclusivamente mediante prévia solicitação da Administração Municipal, formalizada por meio de Ordem de Serviço ou instrumento equivalente, não existindo obrigação de contratação de quantitativo mínimo nem garantia de faturamento à futura contratada;

j) observância das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, das normas expedidas pelo CENP quando aplicáveis, da legislação de direitos autorais, da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei Federal nº 13.709/2018), da legislação aplicável aos veículos de comunicação e das demais normas técnicas pertinentes.

Os serviços serão executados de forma continuada, indireta e sob demanda, conforme as necessidades da Administração Municipal, observadas a disponibilidade orçamentária e as autorizações previamente emitidas pelo Gestor do Contrato.

**2.3 Da inexistência de marca específica.**

A presente contratação tem por objeto a prestação de serviços técnicos especializados de publicidade e propaganda, não envolvendo a aquisição de bens ou produtos sujeitos à indicação de marca específica. A Administração Municipal observará os princípios da isonomia, da competitividade e da ampla participação, vedada a indicação de marca, fabricante ou modelo, salvo nas hipóteses excepcionalmente admitidas pelo art. 41 da Lei Federal nº 14.133/2021.

**2.4 Descritivo Técnico.**

Os serviços objeto da presente contratação possuem natureza predominantemente intelectual, técnica, estratégica e criativa, sendo executados de forma continuada, indireta e sob demanda, compreendendo o conjunto integrado de atividades necessárias ao planejamento, desenvolvimento, execução, gerenciamento e avaliação da publicidade institucional do Município de Palotina.

A futura contratada deverá prestar os serviços de publicidade institucional em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010, a Lei Federal nº 4.680/1965, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, expedidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, quando aplicáveis, e, subsidiariamente, com a Lei Federal nº 14.133/2021.

Os serviços poderão compreender, dentre outros compatíveis com o objeto contratado:

**a)** estudo, pesquisa, diagnóstico, levantamento de informações e planejamento estratégico de comunicação;

**b)** elaboração de publicidade institucional, educativas, informativas, de orientação social, utilidade pública e divulgação de programas, projetos, ações, obras, serviços e demais atividades de interesse da Administração Municipal;

**c)** desenvolvimento de conceitos criativos, identidade visual, redação publicitária, direção de arte, design gráfico, ilustração, diagramação e demais atividades relacionadas à criação publicitária;

**d)** criação, adaptação e produção de peças publicitárias destinadas aos meios impressos, eletrônicos, digitais, audiovisuais, radiofônicos, televisivos, mídias exteriores, redes sociais, plataformas digitais e demais meios de comunicação existentes ou que venham a ser disponibilizados durante a vigência contratual;

**e)** elaboração de planos de mídia e não mídia, estudos de segmentação de público, definição de estratégias de divulgação, cronogramas de veiculação e distribuição das campanhas;

**f)** negociação, intermediação, contratação, acompanhamento e controle da veiculação junto aos veículos de comunicação e demais meios de divulgação, observando critérios técnicos, de economicidade, eficiência e alcance do público-alvo;

**g)** contratação, intermediação, supervisão e acompanhamento da execução de serviços especializados prestados por terceiros, tais como produção gráfica, produção audiovisual, fotografia, filmagem, animação, locução, sonorização, tradução, eventos, tecnologia, programação visual, desenvolvimento digital e demais serviços necessários à execução das campanhas, sempre mediante prévia autorização da Administração;

**h)** acompanhamento técnico da produção, conferência dos materiais produzidos, controle de qualidade, fiscalização da correta execução dos serviços e adoção das providências necessárias para assegurar a conformidade das entregas;

**i)** elaboração e apresentação de relatórios técnicos, relatórios de mídia, comprovação das veiculações realizadas, demonstrativos financeiros, cronogramas, apresentações executivas e demais documentos relacionados à execução contratual;

**j)** participação em reuniões técnicas, apresentações de campanhas, alinhamentos estratégicos e demais atividades necessárias ao atendimento das demandas da Administração Municipal;

**k)** cessão ou licenciamento dos direitos patrimoniais de uso das peças publicitárias produzidas para a Administração Municipal, na forma estabelecida no Edital e no futuro Contrato;

**l)** observância da legislação relativa aos direitos autorais, direitos de imagem, propriedade intelectual, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD (Lei Federal nº 13.709/2018) e demais normas aplicáveis aos serviços contratados.

A execução dos serviços ocorrerá exclusivamente mediante solicitação da Administração Superior Municipal, formalizada por Ordem de Serviço ou instrumento equivalente, contendo, no mínimo, a identificação da demanda, objetivos da campanha, público-alvo, prazos, produtos esperados e demais informações necessárias ao desenvolvimento dos trabalhos.

Considerando que os serviços serão prestados sob demanda, os quantitativos de peças, campanhas, produções, inserções, materiais ou demais atividades dependerão exclusivamente das necessidades da Administração durante a vigência contratual, inexistindo obrigação de contratação de quantidade mínima ou garantia de faturamento à futura contratada.

### 2.5 Serviços abrangidos e serviços não abrangidos pela contratação

#### 2.5.1 Serviços abrangidos

Integram o objeto da presente contratação todos os serviços inerentes à atividade publicitária, na forma da Lei Federal nº 12.232/2010 e da Lei Federal nº 4.680/1965, compreendendo, entre outros:

**a)** estudo, pesquisa, diagnóstico, planejamento, conceituação e desenvolvimento de estratégias de publicidade institucional;

**b)** criação, redação publicitária, direção de arte, design gráfico, ilustração, diagramação, editoração, desenvolvimento de identidade visual e demais atividades criativas relacionadas às campanhas;

**c)** produção de peças publicitárias destinadas aos meios impressos, eletrônicos, digitais, audiovisuais, radiofônicos, televisivos, mídias exteriores, redes sociais, plataformas digitais e demais meios de divulgação existentes ou que venham a ser utilizados durante a vigência contratual;

**d)** planejamento de mídia e não mídia, definição de estratégias de veiculação, negociação com veículos de comunicação e acompanhamento da execução das campanhas;

**e)** intermediação da contratação de veículos de comunicação e de fornecedores especializados necessários à produção e execução das campanhas, sempre mediante prévia autorização da Administração Municipal;

**f)** supervisão técnica da produção, conferência dos materiais produzidos e acompanhamento da correta execução dos serviços contratados;

**g)** produção gráfica, audiovisual, fotográfica, fonográfica, cinematográfica, digital, multimídia e demais serviços especializados necessários ao desenvolvimento da publicidade institucional;

**h)** elaboração de relatórios de mídia, comprovação das veiculações, prestação de contas dos serviços executados e apresentação de resultados das campanhas;

**i)** assessoria técnica relacionada às ações de publicidade institucional, mediante participação em reuniões, apresentações técnicas, estudos e demais atividades necessárias ao desenvolvimento dos trabalhos;

**j)** cessão ou licenciamento dos direitos patrimoniais de uso das peças publicitárias produzidas, na forma estabelecida no Edital e no Contrato.

**2.5.2. Serviços não abrangidos**
Não integram o objeto da presente contratação:

**a)** serviços de assessoria de imprensa, relacionamento com a imprensa, clipping, media training ou comunicação jornalística, salvo quando expressamente relacionados à execução de campanha publicitária regularmente autorizada;

**b)** atividades de relações públicas, cerimonial, protocolo, organização de eventos, promoção de eventos ou ações de entretenimento, exceto quando constituírem etapa integrante de campanha publicitária previamente aprovada pela Administração;

**c)** elaboração de projetos de marketing institucional que não possuam finalidade publicitária ou de publicidade institucional;

**d)** publicidade ou propaganda de natureza político-partidária, eleitoral, de promoção pessoal de agentes públicos ou qualquer divulgação vedada pela Constituição Federal e pela legislação aplicável;

**e)** publicações de natureza exclusivamente legal, quando realizadas de forma autônoma e não vinculadas à execução de campanhas publicitárias;

**f)** contratação de pesquisas de opinião pública destinadas exclusivamente à avaliação político-eleitoral ou de caráter partidário;

**g)** serviços de consultoria administrativa, jurídica, financeira, tecnológica ou de gestão que não guardem relação direta com o objeto da presente contratação;
**h)** quaisquer serviços estranhos às atividades de publicidade institucional disciplinadas pela Lei Federal nº 12.232/2010.

**2.5.3 Limites da atuação da contratada**

A futura contratada atuará exclusivamente mediante demandas formalmente autorizadas pela Administração Municipal, observando os objetivos institucionais definidos em cada Ordem de Serviço.

Nenhuma campanha, peça publicitária, contratação de fornecedor especializado, contratação de veículo de comunicação, produção externa ou veiculação poderá ser realizada sem a prévia autorização da Administração Municipal.

A contratada não poderá assumir compromissos financeiros em nome do Município, contratar serviços ou autorizar veiculações sem a competente autorização administrativa, respondendo integralmente pelos atos praticados em desconformidade com as determinações da contratante.

**2.6.** A presente contratação tem por objeto a prestação de serviços técnicos especializados de publicidade, disciplinados pela Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, pela Lei Federal nº 14.133/2021, possuindo natureza predominantemente intelectual, estratégica, técnica e criativa. Em razão de suas características, sua seleção observará o regime jurídico específico aplicável às agências de propaganda, mediante julgamento pelo critério de Técnica e Preço, conforme previsto na legislação pertinente.

*- Assinado digitalmente -*
**Renato J. Simioni**
*Chefe de Gabinete*
*Matrícula nº 4270*

## 5. JUSTIFICATIVA E OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO

### 5.1. Justificativa da contratação

A presente contratação justifica-se pela necessidade de assegurar a continuidade dos serviços de publicidade institucional do Município de Palotina, considerando o encerramento da vigência do Contrato nº 867/2021, oriundo da Concorrência Pública nº 002/2021, cuja prorrogação não é juridicamente possível, tornando indispensável a realização de novo procedimento licitatório para garantir a continuidade das ações de comunicação governamental.

A publicidade institucional constitui instrumento essencial para assegurar a publicidade dos atos administrativos, a transparência da gestão pública, o acesso à informação, a divulgação de programas, projetos, obras, serviços, campanhas educativas, campanhas de utilidade pública e demais ações de interesse coletivo desenvolvidas pelo Município, observados os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência previstos no art. 37 da Constituição Federal.

Os serviços objeto da contratação possuem natureza predominantemente intelectual, estratégica, técnica e criativa, exigindo conhecimentos especializados para o planejamento, desenvolvimento, execução, acompanhamento e avaliação das ações de publicidade institucional. Em razão dessas características, a legislação federal estabelece procedimento específico para sua contratação, disciplinado pela Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, pela Lei Federal nº 14.133/2021.

Conforme demonstrado no Estudo Técnico Preliminar, foram analisadas diversas alternativas para atendimento da necessidade administrativa, incluindo a execução direta pela estrutura municipal, a contratação fragmentada de serviços especializados, a contratação direta de veículos de comunicação, o credenciamento e a contratação de múltiplas agências. Após análise técnica e econômica, concluiu-se que a contratação de uma única agência de propaganda especializada representa a solução mais vantajosa para a Administração Municipal, por proporcionar maior integração das ações de comunicação, padronização da identidade institucional, eficiência operacional, economicidade, simplificação da gestão contratual e maior efetividade na execução da publicidade institucional.

Além disso, a contratação mostra-se compatível com o planejamento institucional do Município e necessária para atender às demandas de todas as Secretarias Municipais e demais órgãos da Administração Direta, permitindo o adequado desenvolvimento das ações de comunicação durante toda a vigência contratual.

**5.2. Objetivo da contratação**

A contratação tem por objetivo selecionar agência de propaganda especializada para prestar, de forma continuada, indireta e sob demanda, serviços técnicos de publicidade institucional destinados ao planejamento, conceituação, criação, produção, execução, intermediação, supervisão e distribuição de campanhas e ações de comunicação do Município de Palotina.

Busca-se, por meio da presente contratação:

- assegurar a continuidade dos serviços de publicidade institucional da Administração Municipal;
- promover ampla divulgação dos programas, projetos, obras, serviços públicos, campanhas educativas e ações de utilidade pública;
- fortalecer a transparência administrativa e o acesso da população às informações de interesse coletivo;
- garantir que as publicidades institucionais sejam desenvolvidas com elevado padrão técnico, criatividade, eficiência e economicidade;
- ampliar a efetividade da comunicação entre o Poder Público e a sociedade, utilizando estratégias adequadas aos diferentes meios e públicos-alvo;
- possibilitar a execução integrada das atividades de planejamento, criação, produção, mídia, acompanhamento e avaliação da publicidade institucional;
- assegurar que a contratação seja executada em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010, a Lei Federal nº 14.133/2021 e as demais normas aplicáveis à atividade publicitária.

**5.3. Da Concorrência Presencial**

Trata-se de justificativa para utilização da modalidade de concorrência presencial em detrimento da eletrônica, conforme estabelece o §2º do art. 17 da Lei 14.133, de 2021 que assim dispõe: as licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.

A justificativa para a realização de uma Concorrência de Técnica e Preço para publicidade de forma presencial, especialmente à luz da Nova Lei de Licitações (Lei nº 14.133/2021) e da Lei de Publicidade (Lei nº 12.232/2010), deve fundamentar-se na complexidade da avaliação técnica e na necessidade de segurança/interação durante a análise dos planos de comunicação, garantindo a lisura do processo.

A contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de natureza contínua nas áreas de publicidade e propaganda envolve atividades de alta complexidade técnica e intelectual, que demandam análise minuciosa e criteriosa de propostas técnicas, especialmente quanto aos aspectos criativos, estratégicos e de execução das ações de comunicação institucional.

O objeto licitado exige a apresentação de Proposta Técnica composta por Plano de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia, Capacidade de Atendimento e Repertório, os quais, conforme previsto no instrumento convocatório, devem ser apresentados em invólucros físicos distintos, padronizados, lacrados e, em parte, sem identificação de autoria. Essa exigência visa garantir a observância dos princípios da isonomia, impessoalidade e julgamento objetivo, assegurando que a análise técnica ocorra sem qualquer possibilidade de identificação prévia das licitantes.

A entrega física dos invólucros é imprescindível para a adequada verificação do cumprimento das exigências formais do edital, tais como: padronização de papel, formatação gráfica, tipografia, numeração de páginas, ausência de marcas identificadoras, organização do conteúdo e separação correta das vias identificadas e não identificadas. Tais elementos são essenciais para a validade da proposta técnica e não podem ser plenamente garantidos por meio exclusivamente eletrônico, sem risco à quebra do sigilo ou à descaracterização do modelo de julgamento previsto. Além disso, a análise de layouts, storyboards, roteiros, peças gráficas e materiais audiovisuais apresentados em mídias físicas demanda exame presencial, de modo a permitir avaliação fiel da qualidade técnica, clareza visual, legibilidade, acabamento e coerência estética das propostas, aspectos fundamentais para o julgamento do mérito técnico em licitações do tipo “técnica e preço”.

Ressalte-se, ainda, que o procedimento adotado está em consonância com a Lei nº 14.133/2021 e com a legislação específica da atividade publicitária, especialmente a Lei nº 4.680/1965 e as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que reconhecem a especificidade desse tipo de contratação e a necessidade de procedimentos próprios para assegurar julgamento técnico adequado.

Abaixo estão os principais pontos para fundamentar essa justificativa em um processo administrativo:

1. **Complexidade e Natureza Intelectual do Objeto**

• Avaliação Qualitativa: Serviços de publicidade exigem avaliação profunda de propostas técnicas (planos de comunicação), o que supera a análise de custo e pode ser mais bem executado com a verificação presencial e interação entre a comissão e os licitantes.
• Complexidade Técnica: A contratação não é de "bens comuns". Envolve criatividade, planejamento de mídia e estratégias de comunicação, exigindo rigor no julgamento técnico.

2. **Segurança na Apresentação e Julgamento (Lei 12.232/2010)**

• Inviolabilidade dos Envelopes: A forma presencial permite que os licitantes acompanhem a abertura dos envelopes, conferindo maior transparência e segurança de que não houve violação prévia dos planos de comunicação.
• Análise in loco: A sessão presencial facilita a verificação imediata das condições de habilitação e permite a realização de diligências na própria sessão.

3. **Vantagens do Modo Presencial**

• Celeridade em Julgamentos Complexos: Possibilita esclarecimentos imediatos sobre a proposta técnica, evitando recursos demorados e fases de saneamento que ocorreriam no meio eletrônico.
• Interação com a Comissão: A presença dos representantes das agências permite que dúvidas técnicas sejam sanadas na hora, otimizando o processo de pontuação.

4. **Legalidade e Transparência**

• Obrigatoriedade de Registro: A licitação presencial deve ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo, garantindo a transparência (Art. 17, §2º da Lei 14.133/2021).
• Divulgação Ampla: A justificativa presencial não elimina a necessidade de ampla divulgação no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e jornais de grande circulação, garantindo a competitividade.

5. **Exceção Justificada (Previsão Legal)**

Apesar da preferência pela forma eletrônica, o gestor pode optar pelo presencial desde que motivado, demonstrando que tal formato é mais adequado para a avaliação técnica e não fere a competitividade, além de haver a devida previsão tanto na Lei14.1333/2021 quanto no Decreto que regulamenta a lei.
A presencialidade é adotada, portanto, para garantir a lisura e a correta avaliação técnica, permitindo que a comissão técnica verifique, em tempo real, as propostas criativas e estratégicas de publicidade, assegurando a melhor contratação para o interesse público. Dessa forma, a realização da licitação na forma presencial mostra-se necessária e adequada à natureza do objeto, garantindo segurança jurídica, preservação do sigilo das propostas técnicas, julgamento objetivo e fiel observância aos princípios que regem a Administração Pública. Apesar da preferência pela forma eletrônica, o gestor pode optar pelo presencial desde que motivado, demonstrando que tal formato é mais adequado para a avaliação técnica e não fere a competitividade, além de haver a devida previsão tanto na Lei14.1333/2021 quanto no Decreto que regulamenta a lei. A presencialidade é adotada, portanto, para garantir a lisura e a correta avaliação técnica, permitindo que a comissão técnica verifique, em tempo real, as propostas criativas e estratégicas de publicidade, assegurando a melhor contratação para o interesse público. Dessa forma, a realização da licitação na forma presencial mostra-se necessária e adequada à natureza do objeto, garantindo segurança jurídica, preservação do sigilo das propostas técnicas, julgamento objetivo e fiel observância aos princípios que regem a Administração Pública.

*- Assinado digitalmente -*
**Hederson Giacomini**
Secretário Municipal de Administração
CPF nº 029.491.319-05

## 4. CONDIÇÕES DE FORNECIMENTO / RECEBIMENTO DO OBJETO

**4.1 Da execução dos serviços:**

**4.1.1** Os serviços serão executados de forma **continuada, indireta e sob demanda**, conforme as necessidades da Administração Municipal, não havendo obrigação de contratação de quantidade

mínima de campanhas, peças publicitárias, produções, veiculações ou demais serviços durante a vigência contratual.

**4.1.2** A execução dos serviços dependerá de prévia solicitação da Administração Municipal, formalizada mediante Ordem de Serviço, Solicitação de Serviço ou outro instrumento equivalente expedido pelo Gestor do Contrato, contendo, sempre que possível:

4.1.2.1 objetivo da campanha ou ação de comunicação;
4.1.2.2 justificativa da demanda;
4.1.2.3 público-alvo;
4.1.2.4 descrição dos serviços a serem executados;
4.1.2.5 prazos para apresentação das propostas e execução;
4.1.2.6 produtos esperados;
4.1.2.7 demais informações necessárias ao desenvolvimento dos trabalhos.

**4.1.3** Recebida a solicitação, a contratada deverá elaborar os estudos, propostas técnicas, peças publicitárias, estratégias de mídia, cronogramas ou demais produtos solicitados, observando os prazos estabelecidos pela Administração e as especificidades de cada demanda.

**4.1.4** Nenhuma campanha, peça publicitária, produção externa, contratação de fornecedor especializado ou veiculação poderá ser iniciada sem a prévia aprovação da Administração Municipal.

**4.1.5** A Administração Municipal poderá solicitar ajustes, complementações ou revisões das propostas apresentadas, sempre que entender necessário ao atendimento do interesse público, sem que isso implique, por si só, alteração do objeto contratado.

**4.1.6** A execução dos serviços observará rigorosamente as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 4.680/1965, da Lei Federal nº 14.133/2021, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária e das demais normas aplicáveis.

**4.2 Dos prazos de atendimento**

**4.2.1** Os prazos para execução dos serviços serão definidos pela Administração Municipal em cada Ordem de Serviço, considerando a complexidade, a natureza, a urgência da demanda e o interesse público envolvido.

**4.2.2** Em situações de urgência devidamente justificadas, especialmente relacionadas à saúde pública, defesa civil, campanhas emergenciais, calamidades públicas, comunicados oficiais ou outras situações excepcionais, a contratada deverá adotar as medidas necessárias para atendimento prioritário da demanda, observados prazos compatíveis com a situação apresentada.

**4.3 Do recebimento dos serviços**

**4.3.1** O recebimento dos serviços ocorrerá mediante verificação da conformidade das entregas com as especificações constantes da Ordem de Serviço, deste Termo de Referência, do Contrato e das determinações da Administração Municipal.

**4.3.2** Os serviços serão recebidos provisoriamente pelo Fiscal do Contrato para verificação da conformidade técnica, podendo ser solicitadas correções, ajustes ou complementações quando constatadas inconsistências.

**4.3.3** Após a verificação da conformidade e o cumprimento das exigências contratuais, será emitido o recebimento definitivo pelo Gestor do Contrato, sem prejuízo da responsabilidade da contratada pela qualidade dos serviços executados.

**4.3.4** O recebimento definitivo não exclui a responsabilidade civil, técnica, ética e profissional da contratada pelos serviços prestados, nem implica aceitação de eventuais vícios, defeitos ou irregularidades posteriormente constatados.

## 5. DA EXISTÊNCIA DE CONTRATO ANTERIOR E DO QUANTITATIVO SUGERIDO

**5.1 Da existência de Contratos Anteriores:**

(X) Existe Contrato no Exercício Anterior.

( ) Não Existe Contrato no Exercício Anterior.

**5.1.1. Histórico de contratação anterior**

O Município de Palotina possui contratação vigente para a prestação de serviços de publicidade institucional, formalizada por meio do **Contrato Administrativo nº 867/2021,** decorrente da **Concorrência Pública nº 002/2021**, cujo objeto consiste na contratação de agência de propaganda para prestação de serviços técnicos especializados de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades integradas de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de divulgar os atos oficiais, programas, ações e serviços desenvolvidos pelo Município.

Desde sua celebração, o contrato foi regularmente executado, atendendo às necessidades da Administração Municipal na divulgação de publicidade institucional, programas governamentais, obras públicas, serviços municipais, campanhas educativas, campanhas de utilidade pública, orientações à população e demais ações de comunicação de interesse coletivo.

Durante a execução contratual, verificou-se crescimento da demanda pelos serviços de publicidade institucional, decorrente da ampliação das ações governamentais e da necessidade de intensificação da comunicação entre a Administração Pública e a população. Em razão disso, foram celebrados termos aditivos destinados tanto à recomposição do equilíbrio econômico-financeiro e prorrogação da vigência contratual quanto à ampliação da meta física inicialmente contratada, sempre observados os limites e requisitos legais.

No decorrer da execução do contrato também foram formalizadas sucessivas prorrogações de prazo, garantindo a continuidade da prestação dos serviços, acompanhadas dos respectivos reajustes anuais pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor – INPC, preservando o equilíbrio econômico-financeiro originalmente pactuado.

O histórico contratual evidencia que os serviços foram prestados de forma contínua durante toda a vigência do ajuste, demonstrando tratar-se de atividade permanente da Administração Municipal e indispensável ao cumprimento do dever constitucional de publicidade, transparência e divulgação das ações governamentais.

A vigência do Contrato Administrativo nº 867/2021 encerra-se em **29 de dezembro de 2026**, conforme último termo aditivo celebrado, não sendo juridicamente possível sua manutenção mediante nova prorrogação.

Dessa forma, considerando a continuidade da necessidade administrativa, a essencialidade dos serviços de publicidade institucional, o histórico de utilização do contrato vigente, o aumento da demanda observado ao longo de sua execução e a impossibilidade legal de sua renovação, a realização de novo procedimento licitatório mostra-se indispensável para assegurar a continuidade das ações de publicidade institucional do Município, evitando interrupções na divulgação de campanhas, programas, serviços públicos e demais informações de interesse da coletividade.

**5.2** Justificativa do quantitativo:

O quantitativo estimado para a presente contratação foi definido com base em critérios técnicos e objetivos, considerando o histórico de execução do Contrato Administrativo nº 867/2021, a evolução das demandas de publicidade institucional do Município, a ampliação das ações desenvolvidas pelas Secretarias Municipais e a necessidade de assegurar margem operacional suficiente para atendimento das demandas durante toda a vigência do futuro contrato.

Para a definição da estimativa foram analisados, entre outros elementos:

- o valor originalmente contratado e sua execução ao longo da vigência contratual;
- os sucessivos termos aditivos de reprogramação físico-financeira (aumento de meta física), que evidenciaram a insuficiência dos quantitativos inicialmente previstos diante do crescimento das demandas institucionais;
- as prorrogações contratuais e os reajustes anuais destinados à manutenção do equilíbrio econômico-financeiro do contrato;
- os valores efetivamente executados nos exercícios anteriores, demonstrados pelas Notas de Autorização de Despesa (NADs);
- as necessidades apresentadas pelas Secretarias Municipais, responsáveis pela divulgação de

publicidade institucional, programas governamentais, ações educativas, campanhas de saúde, educação, assistência social, obras públicas, defesa civil, meio ambiente, cultura, esportes, desenvolvimento econômico e demais ações de interesse coletivo;

- a ampliação dos canais de comunicação utilizados pela Administração Pública, especialmente mídias digitais, redes sociais, plataformas eletrônicas, produção audiovisual e demais meios de divulgação.

O histórico da contratação demonstra que a demanda pelos serviços de publicidade institucional apresentou crescimento contínuo durante a execução do contrato vigente, circunstância que motivou a celebração de sucessivos aditivos de aumento de meta física, evidenciando que a estimativa originalmente prevista tornou-se insuficiente para atender integralmente às necessidades da Administração Municipal.

Além do histórico de execução, considerou-se o planejamento institucional para os próximos exercícios, que contempla a continuidade e ampliação das ações de comunicação voltadas à divulgação de políticas públicas, obras, programas, campanhas educativas e de utilidade pública, exigindo disponibilidade contratual compatível com as necessidades futuras.

Dessa forma, o quantitativo financeiro estimado para a presente contratação foi fixado em **R$ 850.000,08 (oitocentos e cinquenta mil reais e oito centavos)**, valor que representa uma previsão máxima de utilização durante toda a vigência contratual, não constituindo obrigação de contratação integral por parte da Administração Municipal.

Ressalta-se que o referido valor possui caráter estimativo e será utilizado exclusivamente conforme a efetiva necessidade da Administração, mediante emissão de Ordens de Serviço e disponibilidade orçamentária, sendo remunerados apenas os serviços efetivamente executados e previamente autorizados.

*- Assinado digitalmente -*
**Renato J. Simioni**
*Chefe de Gabinete*
*Matrícula nº 4270*

## 6. PROPOSTA TÉCNICA

6.1 A empresa licitante deverá apresentar Proposta técnica.

A seleção da futura contratada observará, obrigatoriamente, as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, sendo o julgamento realizado pelo critério de **Técnica e Preço**, mediante análise da Proposta Técnica e da Proposta de Preços, conforme critérios, metodologia de julgamento e pontuação estabelecidos neste Termo de Referência e no Edital.

**6.2** A Proposta Técnica deverá ser elaborada em estrita observância às exigências do Edital, sendo composta pelos documentos e elementos previstos na Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente:

**a)** Plano de Comunicação Publicitária;
**b)** Capacidade de Atendimento;
**c)** Repertório;
**d)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

**6.3** O **Plano de Comunicação Publicitária** será desenvolvido exclusivamente a partir do **Briefing constante do Anexo II** deste Termo de Referência, elaborado pela Administração Municipal especificamente para fins de julgamento da licitação, não gerando qualquer obrigação futura de utilização da campanha, das peças, das estratégias ou das soluções criativas apresentadas pelas licitantes.

**6.4** O julgamento da Proposta Técnica será realizado por Subcomissão Técnica, constituída na forma da Lei Federal nº 12.232/2010, observando os critérios objetivos de avaliação previstos no Edital, neste Termo de Referência e no **Manual do Procedimento da Seleção Interna**, constante do **Anexo III**.

**6.5** O Plano de Comunicação Publicitária será apresentado de forma a preservar o anonimato de sua autoria durante a fase de julgamento, observando rigorosamente os procedimentos estabelecidos na Lei Federal nº 12.232/2010, no Edital e no **Manual do Procedimento da Seleção Interna (Anexo III)**.

**6.6** A identificação da autoria da Proposta Técnica somente ocorrerá após a conclusão da avaliação do Plano de Comunicação Publicitária apócrifo, respeitando a sequência procedimental prevista na Lei Federal nº 12.232/2010, no Edital e no **Manual do Procedimento da Seleção Interna**.

**6.7** O Os materiais integrantes da Proposta Técnica destinam-se exclusivamente ao julgamento da licitação, não podendo ser utilizados, reproduzidos, divulgados, executados ou explorados pela Administração Municipal sem a correspondente contratação da licitante ou sem a devida autorização do respectivo titular, observada a legislação aplicável aos direitos autorais e à propriedade intelectual.

**6.8** A classificação técnica das licitantes obedecerá aos critérios de pontuação estabelecidos no Edital, sendo vedada a adoção de critérios subjetivos ou não previamente definidos, assegurando-se tratamento isonômico a todos os participantes.

**6.9** A Proposta de Preços deverá ser apresentada conforme o **Modelo constante do Anexo IV deste Termo de Referência**, observando as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 4.680/1965, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária e das demais condições estabelecidas no Edital.

**6.10** Os custos internos relativos aos serviços executados pela agência observarão, como limite máximo, os valores constantes da Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO/PR, vigente na data da apresentação da proposta, constante do **Anexo V** deste Termo de Referência, sem prejuízo da aplicação dos descontos ofertados pela licitante vencedora.

## 7. SECRETARIA REQUISITANTE

**7.1**A presente contratação será destinada a atender as necessidades da Secretaria Municipal Superior.

## 8. METODOLOGIA DE JULGAMENTO E FORMA DE ADJUDIAÇÃO

### 8.1 Critério de julgamento

A presente licitação será realizada na modalidade Concorrência, adotando-se o critério de julgamento Técnica e Preço, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, da Lei Federal nº 14.133/2021.

O julgamento das propostas observará, de forma sucessiva, a avaliação da Proposta Técnica e da Proposta de Preços, conforme critérios, pesos e metodologia estabelecidos no Edital, sendo considerada vencedora a licitante que obtiver a maior pontuação final, resultante da combinação entre a nota técnica e a nota de preço.

### 8.2 Forma de contratação

A contratação será realizada em lote único, contemplando todos os serviços técnicos especializados de publicidade previstos neste Termo de Referência.

### 8.3 Justificativa da metodologia adotada

A adoção de lote único decorre da natureza integrada dos serviços de publicidade institucional, que compreendem atividades interdependentes de planejamento, criação, produção, mídia, acompanhamento, supervisão e avaliação das campanhas publicitárias.

O parcelamento do objeto comprometeria a unidade técnica da contratação, podendo ocasionar conflitos de identidade visual, divergências estratégicas, sobreposição de responsabilidades, dificuldades na coordenação das campanhas, aumento da complexidade da fiscalização contratual e prejuízo à eficiência administrativa.

Os serviços de publicidade caracterizam-se por elevado grau de integração entre suas diversas etapas, exigindo atuação coordenada de uma única agência responsável pelo desenvolvimento das estratégias de comunicação, elaboração das peças publicitárias, planejamento de mídia, acompanhamento da produção e supervisão das veiculações.

Além disso, a contratação de múltiplas empresas para execução de parcelas distintas do objeto poderia gerar incompatibilidades entre campanhas, perda da padronização da publicidade institucional, dificuldades na gestão contratual, aumento dos custos administrativos e redução da eficiência operacional.

Conforme demonstrado no Estudo Técnico Preliminar, foram analisadas alternativas como a contratação fragmentada dos serviços, a contratação de múltiplas agências e a execução direta pela Administração, concluindo-se que a contratação de uma única agência especializada representa a solução mais vantajosa sob os aspectos técnico, operacional e econômico.

Dessa forma, embora a Lei Federal nº 14.133/2021 prestigie, como regra, o parcelamento do objeto quando técnica e economicamente viável, verifica-se que, na presente contratação, a divisão em itens ou lotes independentes mostra-se incompatível com a natureza dos serviços, sendo tecnicamente recomendável e economicamente mais vantajosa a contratação em lote único, preservando a unidade da estratégia de publicidade institucional e garantindo maior eficiência na execução contratual.

## 9. CONDIÇÕES ESPECIAIS DE HABILITAÇÃO E CONTRATAÇÃO

**9.1 Condições Especiais De Habilitação (habilitação técnica e qualificação econômico-financeira)**

**9.1 Condições Especiais de Habilitação**

Não se aplica.

**9.2 Condições Especiais de Contratação**

**Não se aplica**

## 10. VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO E RESPONSÁVEL

**10.1 Valor estimado da contratação**

Considerando os estudos realizados na fase de planejamento da contratação e o contido no Anexo II – Documento de Determinação do Valor Estimado (DDVE), o valor máximo estimado para a presente contratação é de **R$ 850.000,08 (oitocentos e cinquenta mil reais e oito centavos)**.

O valor estimado corresponde ao limite máximo de despesas que poderão ser realizadas durante toda a vigência contratual, possuindo caráter meramente estimativo, não constituindo obrigação de execução integral por parte da Administração Municipal.

A remuneração da futura contratada ocorrerá exclusivamente pelos serviços efetivamente autorizados, executados, recebidos e liquidados, observadas as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 4.680/1965, da Lei Federal nº 14.133/2021, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária e das cláusulas estabelecidas no contrato administrativo.

O valor estimado foi definido com base na metodologia descrita no Documento de Determinação do Valor Estimado (DDVE), considerando o histórico de execução do contrato vigente, a evolução das demandas institucionais do Município, as necessidades futuras da Administração e as pesquisas de preços realizadas, observando-se os princípios da economicidade, eficiência e vantajosidade.

*- Assinado digitalmente –*
**Renato J. Simioni**
*Chefe de Gabinete*
*Matrícula nº 4270*

## 11. DO PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

**11.1** O prazo de vigência do Contrato será de **12 (doze) meses**, contados da data de sua publicação no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, podendo ser prorrogado sucessivamente, desde que demonstrada

a manutenção da vantagem para a Administração, observados os requisitos previstos nos art's. 106 e 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

**11.2** A prorrogação da vigência contratual ficará condicionada à demonstração da vantajosidade da manutenção da contratação, à existência de disponibilidade orçamentária, à regularidade da contratada perante as condições de habilitação exigidas no certame e ao desempenho satisfatório na execução dos serviços, mediante justificativa formal da Administração.

**11.3** Durante as prorrogações contratuais poderá ser concedido reajuste dos valores, observado o interregno mínimo de 12 (doze) meses, contado da data do orçamento estimado da contratação, utilizando-se como índice de reajuste o INPC – Índice Nacional de Preços ao Consumidor, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, ou outro índice oficial que venha a substituí-lo.

A adoção do INPC justifica-se por refletir de forma adequada a variação dos custos relacionados à prestação dos serviços intelectuais e técnicos especializados objeto desta contratação, preservando o equilíbrio econômico-financeiro do contrato.

**11.4** A prorrogação contratual será formalizada mediante termo aditivo, no qual constarão expressamente o novo prazo de vigência, as condições eventualmente alteradas e a manifestação fundamentada da Administração quanto à manutenção da vantajosidade da contratação.

**11.5** O valor estimado do contrato permanecerá como limite máximo de contratação durante sua vigência, sendo remunerados exclusivamente os serviços efetivamente autorizados, executados, recebidos e liquidados pela Administração, não gerando à contratado direito à execução ou ao recebimento da integralidade do valor estimado.

## 12. DO LOCAL E DO PRAZO DE ENTREGA E DOS CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO DO OBJETO

**12.1 Da execução dos serviços**

A execução dos serviços ocorrerá de forma parcelada, sob demanda, mediante emissão de Ordem de Serviço (OS) expedida pela Administração Municipal, na qual constarão, no mínimo, a descrição da demanda, objetivos da ação de comunicação, produtos ou serviços a serem desenvolvidos, cronograma de execução, prazo para entrega, responsáveis pelo acompanhamento e demais condições específicas.

As Ordens de Serviço poderão ser encaminhadas à contratada por meio eletrônico, inclusive por e-mail institucional ou outro sistema oficial adotado pela Administração.

**12.2 Dos prazos de execução**

Os prazos para execução de cada serviço serão definidos na respectiva Ordem de Serviço, considerando a natureza, complexidade, volume das atividades e a urgência da demanda.

Em situações de interesse público devidamente justificadas, especialmente nas campanhas de utilidade pública, comunicação emergencial, defesa civil, saúde pública, educação, assistência social ou outras ações de caráter urgente, poderão ser estabelecidos prazos reduzidos, desde que tecnicamente exequíveis e previamente aceitos pela contratada.

**12.3 Do local da prestação dos serviços**

Os serviços serão executados nas dependências da contratada ou nos locais necessários à sua produção, devendo as entregas dos materiais, peças publicitárias, arquivos digitais, relatórios, planos de mídia e demais documentos ocorrer preferencialmente por meio eletrônico.

Sempre que necessário, representantes da contratada deverão comparecer às dependências da Prefeitura Municipal de Palotina ou aos locais indicados pela Administração para realização de reuniões, apresentações, alinhamentos, captações de imagens, gravações, acompanhamento de eventos ou outras atividades relacionadas ao objeto contratual.

**Local: Secretaria Municipal de Administração**
Logradouro: Rua Aldir Pedron, nº 898, Centro
CEP: 85950-000
Cidade: Palotina/PR
A/C de Renato J. Simioni
Fone: (44) 3649-7838

**12.4 Do recebimento provisório**

Concluído cada serviço, a contratada comunicará formalmente sua entrega ao fiscal do contrato, que realizará o recebimento provisório no prazo de até **05 (cinco) dias úteis**, mediante verificação do atendimento às especificações constantes da Ordem de Serviço, deste Termo de Referência, do contrato e da proposta apresentada.

Caso sejam constatadas inconsistências, inconformidades, erros técnicos ou necessidade de ajustes, o fiscal notificará a contratada para as devidas correções, suspendendo o recebimento até sua regularização.

**12.5 Do recebimento definitivo**

O recebimento definitivo ocorrerá no prazo de até **10 (dez) dias úteis** após o recebimento provisório, mediante verificação do cumprimento integral das exigências contratuais, da qualidade técnica dos serviços executados e da conformidade dos materiais produzidos, formalizando-se o aceite pelo fiscal ou gestor do contrato.

**12.6 Das correções**

Quando os serviços, materiais, peças publicitárias, produções gráficas, audiovisuais, planos de mídia, relatórios ou quaisquer outros produtos decorrentes da contratação apresentarem falhas, incorreções, desconformidades ou forem executados em desacordo com a Ordem de Serviço, a contratada deverá realizar as correções necessárias no prazo fixado pela Administração, sem qualquer ônus adicional e sem prejuízo da aplicação das penalidades cabíveis.

**12.7 Da responsabilidade da contratada**

O recebimento provisório ou definitivo não exclui a responsabilidade da contratada pela qualidade técnica dos serviços prestados, pela correção de eventuais vícios, erros, omissões ou inadequações identificadas posteriormente, nem pela observância das obrigações previstas na legislação aplicável e no contrato administrativo.

**12.8 Da disponibilidade operacional**

A contratada deverá manter estrutura técnica, operacional e administrativa compatível com a execução dos serviços durante toda a vigência contratual, assegurando condições para atendimento contínuo das demandas da Administração Municipal, inclusive aquelas que exijam atuação em caráter prioritário ou emergencial.

## 13. DA GARANTIA

Para a presente contratação **não será exigida garantia de execução contratual**, prevista no art. 96 da Lei Federal nº 14.133/2021.

**13.2.1 Justificativa**

A não exigência de garantia contratual decorre da análise de proporcionalidade entre os riscos da contratação e os impactos da medida sobre a competitividade do certame.

Os serviços objeto desta contratação possuem natureza técnica e intelectual, sendo executados de forma continuada, mediante Ordens de Serviço, fiscalização permanente da Administração, recebimento provisório e definitivo de cada demanda e pagamento condicionado à efetiva execução dos serviços.

Além disso, os riscos inerentes à contratação são mitigados pelos mecanismos de controle previstos na Lei Federal nº 12.232/2010, pela atuação do gestor e do fiscal do contrato, pela possibilidade de aplicação das sanções administrativas cabíveis, pela retenção dos pagamentos até o cumprimento das obrigações assumidas e pelas demais cláusulas contratuais.

Dessa forma, conclui-se que a exigência de garantia contratual não se mostra necessária nem proporcional ao objeto licitado, podendo, inclusive, restringir a competitividade do certame sem proporcionar benefícios equivalentes à Administração Pública, razão pela qual opta-se por sua não exigência.

## 14. MODO E CONDIÇÕES PARA EXECUÇÃO DO OBJETO

**14.1 São obrigações da Contratada:**

**14.1.1** Executar os serviços objeto do contrato em estrita observância à Lei Federal nº 12.232/2010, à Lei Federal nº 4.680/1965, à Lei Federal nº 14.133/2021, às Normas-Padrão da Atividade Publicitária, às cláusulas contratuais, ao presente Termo de Referência, ao Edital e às Ordens de Serviço expedidas pela Administração Municipal.

**14.1.2** Executar os serviços com observância dos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, economicidade, transparência, ética profissional e interesse público.

**14.1.3** Iniciar a execução dos serviços somente após o recebimento da respectiva Ordem de Serviço emitida pela Administração, abstendo-se de realizar qualquer produção, contratação de fornecedores, criação, divulgação ou veiculação sem autorização formal.

**14.1.4** Designar preposto com poderes para representar a contratada durante toda a execução contratual, mantendo comunicação permanente com o gestor e o fiscal do contrato.

**14.1.5** Disponibilizar equipe técnica qualificada e suficiente para atender integralmente às demandas da Administração, mantendo, durante toda a vigência contratual, capacidade operacional compatível com a complexidade dos serviços contratados.

**14.1.6** Apresentar, sempre que solicitado, estudos, planejamentos, cronogramas, layouts, roteiros, artes, peças publicitárias, planos de mídia, relatórios técnicos, estimativas de custos e demais documentos necessários à adequada execução das campanhas.

**14.1.7** Submeter previamente à aprovação da Administração todas as peças publicitárias, campanhas, materiais gráficos, produções audiovisuais, conteúdos digitais, planos de mídia e demais produtos decorrentes do contrato antes de sua produção definitiva, divulgação ou veiculação.

**14.1.8** Realizar a contratação, negociação, acompanhamento e fiscalização dos fornecedores especializados e dos veículos de divulgação, observando os princípios da economicidade, da transparência e da seleção da proposta mais vantajosa, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

**14.1.9** Responder integralmente pela qualidade técnica dos serviços executados, promovendo, sem ônus para a Administração, as correções, adequações ou refações necessárias quando constatadas falhas, inconsistências ou desconformidades.

**14.1.10** Manter absoluto sigilo sobre informações, documentos, estratégias, campanhas, dados pessoais e demais informações obtidas em razão da execução contratual, observando, quando aplicável, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD (Lei Federal nº 13.709/2018).

**14.1.11** Manter, durante toda a vigência do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

**14.1.12** Comunicar imediatamente à Administração qualquer fato que possa comprometer o cumprimento dos prazos, da qualidade dos serviços ou da execução contratual, apresentando as respectivas justificativas.

**14.1.13** Responsabilizar-se integralmente pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, securitários e demais obrigações decorrentes da execução contratual, não gerando qualquer vínculo entre os profissionais da contratada e o Município de Palotina.

**14.1.14** Arcar com todos os custos decorrentes de erros, omissões, retrabalhos ou inadequações decorrentes da execução dos serviços, quando imputáveis à contratada.

14.1.15 Considerando a natureza dos serviços de publicidade institucional, deverão ser observadas, durante toda a execução contratual, as seguintes condições especiais:

**a)** A execução dos serviços ocorrerá exclusivamente mediante prévia emissão de Ordem de Serviço pela Administração Municipal.

**b)** Nenhuma campanha publicitária, peça de comunicação, produção gráfica, produção audiovisual, contratação de fornecedores especializados ou veiculação em qualquer meio de comunicação poderá ser iniciada sem autorização formal da Administração.
**c)** Toda contratação de fornecedores especializados e de veículos de divulgação deverá observar as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária e das demais normas aplicáveis ao setor.
**d)** A contratada deverá manter, durante toda a vigência contratual, equipe técnica compatível com a complexidade dos serviços contratados, responsabilizando-se integralmente pela qualidade técnica das soluções apresentadas.
**e)** Os direitos patrimoniais de uso das campanhas, peças publicitárias e demais materiais produzidos para o Município serão disciplinados na forma prevista no contrato administrativo, observada a legislação aplicável.
**f)** A contratada deverá observar integralmente a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD (Lei Federal nº 13.709/2018), sempre que houver tratamento de dados pessoais no desenvolvimento das ações de comunicação.

**14.2 São obrigações da Contratante:**
**14.2.1** Emitir as Ordens de Serviço contendo as especificações necessárias à execução das demandas.
**14.2.2** Disponibilizar à contratada todas as informações, documentos, diretrizes e esclarecimentos necessários ao adequado desenvolvimento dos serviços.
**14.2.3** Analisar, aprovar ou solicitar ajustes nas peças, campanhas, planos, estudos e demais materiais apresentados pela contratada, dentro de prazo razoável, de modo a não comprometer a execução contratual.
**14.2.4** Acompanhar, fiscalizar e avaliar a execução do contrato por intermédio do gestor e do fiscal designados.
**14.2.5** Receber provisória e definitivamente os serviços executados, observados os critérios estabelecidos neste Termo de Referência.
**14.2.6** Efetuar os pagamentos na forma e nos prazos estabelecidos no contrato, desde que atendidas as condições para liquidação da despesa.
**14.2.7** Comunicar formalmente à contratada qualquer irregularidade verificada na execução dos serviços, concedendo prazo para manifestação ou correção, quando cabível.
**14.2.8** Aplicar as sanções administrativas previstas na legislação e no contrato quando constatado descumprimento das obrigações contratuais.
**14.2.9** Prestar as informações e esclarecimentos necessários ao desenvolvimento das atividades contratadas.
**14.2.10** Observar os prazos necessários para análise, aprovação e autorização das demandas, contribuindo para a adequada execução das campanhas e ações de comunicação.

**14.3 É expressamente vedado à Contratada:**
**14.3.1** Executar qualquer campanha, peça publicitária, produção gráfica, audiovisual, digital ou contratação de fornecedores sem prévia autorização formal da Administração Municipal.
**14.3.2** Utilizar o nome, a imagem, os símbolos, a identidade visual ou qualquer material institucional do Município para finalidade diversa daquela prevista no contrato.
**14.3.3** Divulgar informações, documentos, campanhas ou estratégias institucionais antes de sua autorização oficial.
**14.3.4** Ceder, transferir ou subcontratar a execução do objeto principal contratado, permanecendo, contudo, autorizada a contratação de fornecedores especializados para produção técnica e de veículos de divulgação para veiculação das campanhas publicitárias, na forma prevista na Lei Federal nº 12.232/2010, na Lei Federal nº 4.680/1965 e nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, permanecendo a contratada integralmente responsável perante a Administração pela execução do contrato.
**14.3.5** Promover qualquer forma de publicidade própria utilizando campanhas, materiais ou serviços produzidos para o Município, salvo mediante autorização expressa da Administração.

## 15 GESTÃO, CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

15.1 O acompanhamento e a fiscalização da execução do contrato consistem na verificação da conformidade das entregas realizadas, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do ajuste, devendo ser exercidos por um ou mais representantes da Contratante, especialmente designados, na forma dos artigos 117 e incisos da Lei 14.133/21, e do art. 5 e 6 do Decreto nº 10.663/2022.
15.2 A verificação da adequação do fornecimento deverá ser realizada com base nos critérios previstos neste Termo de Referência.
15.3 O fiscal do contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados, conforme § 1º do art. 117 da Lei 14.133/2021.
15.4 A conformidade do material a ser entregue deverá ser verificada juntamente com o documento da Contratada que contenha a relação detalhada dos mesmos, de acordo com o estabelecido neste Termo de Referência e na proposta, informando as respectivas quantidades e especificações técnicas, tais como: marca, qualidade e forma de uso.
15.5 A Contratada deverá manter preposto aceito pela Contratante, com poderes para solucionar demandas oriundas da execução do contrato, nos termos do art. 118 da Lei 14.133.
15.6 O descumprimento total ou parcial das demais obrigações e responsabilidades assumidas pela Contratada ensejará a aplicação de sanções administrativas na legislação vigente, podendo culminar em rescisão contratual, conforme disposto nos artigos 155 e 156 da Lei nº 14.133/21.
15.7 A fiscalização dos contratos caberá aos servidores nomeados pela secretaria requisitante conforme Portaria 060/2025, e ficam designados como **FISCAIS DE CONTRATO** para este certame para exercer a fiscalização e o acompanhamento do objeto do contrato, nos termos disciplinados nos art. 117 e 7 da Lei federal nº 14.133/21:

**Fiscal Titular**: Paulino Teixeira Romano – Matrícula 4004
**Fiscal Suplente:** Marizete Veronica de Marco – Matrícula 4005

15.8 A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade da Contratada, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade da Contratante ou de seus agentes e prepostos, de conformidade com o art. 120 da Lei nº 14.133/21.
15.9 Ficam designados como **GESTORES DE CONTRATO**, conforme Portarias 040/2025 e 049/2025, para este certame:

**Gestor Titular:** Judith M. Burin Sendtko – Matrícula 4007
**Gestor Suplente:** Paulino Teixeira Romano – Matrícula 4004

## 16 FORMA DE PAGAMENTO

**16.1** O pagamento de cada fatura deverá ser realizado em um prazo não superior a 10 (dez) dias contados a partir do atesto da Nota Fiscal, após comprovado o adimplemento do Contratado em todas as suas obrigações, já deduzidas as glosas e notas de débitos e mediante verificação da regularidade com os Fiscos Federal, Estadual e Municipal, com o FGTS, negativa de débitos trabalhistas (CNDT) e Declaração do Simples Nacional, observadas as disposições do Termo de Referência.
**16.2** Nenhum pagamento será efetuado sem a apresentação dos documentos exigidos, bem como enquanto não forem sanadas irregularidades eventualmente constatadas na nota fiscal, no fornecimento dos bens ou no cumprimento de obrigações contratuais.
**16.3**. Decorrido o prazo de adimplemento da multa, caso esta não tenha sido paga, os valores serão descontados da fatura apresentada.
**16.4** As notas fiscais devem ser emitidas em nome do **MUNICIPIO DE PALOTINA, CNPJ: 76.208.487/0001-64, Rua Aldir Pedron, 898 – centro, Palotina-PR**, constando número da licitação, lote/item e validado dos produtos, para fins de rastreabilidade em estoque.

## 17 DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

17.1 O objeto a ser licitado será para uso da Secretaria da Administração Superior Municipal, conforme dotação abaixo e ou relatório em anexo:

**DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**
02.001.04.122.0002.2.004 - ADMINISTRAÇÃO SUPERIOR DO MUNICÍPIO
**ELEMENTO DE DESPESA:**
33.90.39.00.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA
**FONTE:**
1.500.0000.000 – RECURSOS NÃO VINCULADOS DE IMPOSTOS (LIVRES)

**Assinatura Coordenação de Planejamento:**

*- Assinado digitalmente –*
**Ricardo Luis Fiabani**
*Coordenador de Planejamento*
*Matrícula nº 1993*

## 18 RESPONSABILIDADE PELA ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA

18.1 Os servidores que subscrevem este Termo de Referência atestam que observaram integralmente o contido na Lei Federal nº 14.133/2021, bem como a regulamentação estabelecida pelos Decretos Municipais relativos a matéria, atendo-se às orientações constantes da Minuta Padronizada aprovada pelo Departamento Jurídico do Município de Palotina, estado do Paraná.

**Elaborado em:** 27/07/ 2026.

Processo Administrativo Nº 036/2026.

*- Assinado digitalmente –*
**Renato J. Simioni**
**Responsável pela emissão do termo de referência**
*Chefe de Gabinete*

*- Assinado digitalmente –*
**Rodrigo Ribeiro**
**Prefeito Municipal**

## TABELA I DO TERMO DE REFERÊNCIA - COMPOSIÇÃO DE PREÇOS PELA MÉDIA DA PESQUISA DE MERCADO

| ITEM | CÓD. SISTEMA | DESCRIÇÃO / ESPECIFICAÇÃO | QTDE | UNID. | FONTE 1 | FONTE 2 | FONTE 3 | FONTE 4 | FONTE 5 | MÉDIA | VALOR TOTAL (R$) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 01 | | | | | | | | | | | |
| 02 | | | | | | | | | | | |
| 03 | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | | | | |

## TABELA II DO TERMO DE REFERÊNCIA – PREÇO ESTIMADO PARA CONTRATAÇÃO APÓS ANÁLISE

| ITEM | CÓD. SISTEMA | DESCRIÇÃO / ESPECIFICAÇÃO | QTDE | UNID. | FONTE 1 | FONTE 2 | FONTE 3 | FONTE 4 | FONTE 5 | MÉDIA | VALOR TOTAL (R$) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 01 | | | | | | | | | | | |
| 02 | | | | | | | | | | | |
| 03 | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | | | | |

## ANEXO II – ESTUDOS PRELIMINARES

Secretaria Requisitante: Secretaria da Administração Superior

## INTRODUÇÃO

O presente documento caracteriza a primeira etapa da fase de planejamento e apresenta os devidos estudos para a contratação de solução que atenderá à necessidade abaixo especificada. O objetivo principal é estudar detalhadamente a necessidade e identificar no mercado a melhor solução para supri-la, em observância às normas vigentes e aos princípios que regem a Administração Pública, com base na obrigatoriedade legal do Art. 18 §1º da lei 14.133/2021.

## I - DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

**Fundamentação:** Descrição da necessidade da contratação, considerado o problema a ser resolvido sob a perspectiva do interesse público. **(art. 18 - § 1º inciso I da Lei 14.133/2021).**

**1.1. Objeto: Contratação de agência de propaganda especializada na prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, destinadas à divulgação institucional e de utilidade pública das ações, programas, serviços, campanhas e informações de interesse coletivo do Município de Palotina, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, com a Lei Federal nº 14.133/2021.**

**1.2. Justificativa da contratação:**

A presente contratação justifica-se pela necessidade de assegurar a continuidade dos serviços de publicidade institucional do Município de Palotina, considerando o encerramento da vigência do Contrato nº 867/2021, oriundo da Concorrência Pública nº 006/2026, cuja prorrogação é legalmente inviável.

Administração Municipal possui o dever constitucional e legal de promover ampla divulgação institucional, campanhas educativas, ações governamentais, programas, serviços públicos e demais informações de interesse coletivo, assegurando a transparência da gestão pública, o acesso à informação, a orientação da população e a efetividade da comunicação governamental, sem prejuízo das publicações legais obrigatórias quando cabíveis.

Em razão da natureza predominantemente intelectual, estratégica e técnica dos serviços de publicidade, bem como das exigências estabelecidas pela Lei Federal nº 12.232/2010, mostra-se necessária a contratação de agência de propaganda especializada, capaz de planejar, criar, produzir, executar e gerenciar ações de comunicação institucional de forma integrada, eficiente e em conformidade com os princípios da legalidade, impessoalidade, publicidade, eficiência e interesse público.

A contratação, portanto, visa assegurar a continuidade da comunicação governamental, fortalecer a transparência da gestão pública e ampliar a efetividade das políticas públicas desenvolvidas pelo Município.

**1.3. Referência aos instrumentos de planejamento/programas/convênios da Secretaria:**

A presente contratação encontra-se alinhada ao planejamento institucional da Administração Pública Municipal, constituindo instrumento indispensável para a execução das políticas públicas, programas, projetos, campanhas educativas, campanhas de utilidade pública, ações governamentais, divulgação institucional e demais iniciativas de comunicação de interesse coletivo desenvolvidas pelas Secretarias Municipais e demais órgãos da Administração Direta.

Os serviços de publicidade institucional são de natureza transversal, atendendo às demandas de comunicação governamental de todas as unidades administrativas, contribuindo para a efetiva divulgação das ações governamentais, promoção da transparência pública, fortalecimento do acesso à informação, incentivo à participação social e orientação da população quanto aos serviços disponibilizados pelo Município.

Além disso, a contratação possibilitará a adequada divulgação de programas financiados com recursos próprios, estaduais e federais, bem como de ações decorrentes de convênios, termos de cooperação, contratos de repasse, emendas parlamentares e demais instrumentos de transferência voluntária, quando houver previsão de publicidade institucional como condição para sua execução ou prestação de contas, observando rigorosamente a legislação vigente e os princípios que regem a Administração Pública.

Dessa forma, a contratação apresenta plena compatibilidade com os instrumentos de planejamento da Administração Municipal, constituindo ferramenta essencial para o cumprimento das finalidades institucionais do Município e para a efetiva comunicação entre o Poder Público e a sociedade.

**1.4. Análise de contratações anteriores para identificar as inconsistências ocorridas:**

Para subsidiar a presente contratação, foi realizada análise do Contrato nº 867/2021, decorrente da Concorrência Pública nº 006/2026, bem como da documentação que instruiu o respectivo procedimento licitatório, incluindo Edital, Estudo Técnico Preliminar, Termo de Referência, atas das sessões públicas, atos relativos à Subcomissão Técnica e demais documentos pertinentes.

Verificou-se que a contratação anterior atendeu satisfatoriamente à necessidade da Administração Municipal, proporcionando a continuidade dos serviços de publicidade institucional durante sua vigência e permitindo a divulgação institucional, campanhas educativas, programas, ações governamentais, serviços públicos e demais informações de interesse coletivo, observadas as publicações legais obrigatórias quando cabíveis.

Entretanto, a análise técnica evidenciou oportunidades de aperfeiçoamento na fase de planejamento da nova contratação, especialmente quanto ao aprofundamento dos estudos preliminares, à ampliação da gestão de riscos, ao estabelecimento de indicadores objetivos para acompanhamento da execução contratual, à definição de critérios de desempenho da contratada, ao fortalecimento dos mecanismos de governança contratual e à adequação integral dos documentos à Lei Federal nº 14.133/2021, atualmente vigente.

Também foram identificadas evoluções significativas nos meios de comunicação utilizados pela Administração Pública desde a contratação anterior, especialmente em relação às mídias digitais, às plataformas de comunicação institucional, à produção de conteúdo audiovisual e às novas tecnologias de comunicação, circunstâncias que justificam a atualização do escopo contratual para atender às atuais necessidades da Administração e às expectativas da sociedade.

Dessa forma, conclui-se que, embora a contratação anterior tenha atendido aos objetivos propostos, a presente licitação representa oportunidade para aperfeiçoar os instrumentos de planejamento, gestão, fiscalização e execução contratual, incorporando as melhores práticas de governança, eficiência administrativa e comunicação pública, em conformidade com a legislação vigente.

**1.5.** Os serviços objeto da presente contratação não se enquadram na classificação de bens ou serviços comuns, prevista no inciso XIII do Art. 6º da Lei Federal nº 14.133/2021, por se tratarem de serviços de natureza predominantemente intelectual, estratégica, técnica e criativa, cuja adequada execução depende da capacidade técnica da futura contratada, da qualidade das soluções apresentadas e da avaliação qualitativa das propostas.

A contratação submete-se ao procedimento especial estabelecido pela Lei Federal nº 12.232/2010 e, complementarmente, às disposições da Lei Federal nº 14.133/2021, sendo adequada a adoção da modalidade Concorrência, com critério de julgamento Técnica e Preço, em razão da natureza predominantemente intelectual, estratégica, técnica e criativa dos serviços e da necessidade de avaliação qualitativa das propostas por Subcomissão Técnica especialmente constituída.

Dessa forma, a natureza do objeto exige procedimento licitatório específico, compatível com a complexidade dos serviços, a predominância do trabalho intelectual e a necessidade de seleção da proposta mais vantajosa sob os aspectos técnico e econômico, observando-se as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, da Lei Federal nº 14.133/2021.

## II – ALINHAMENTO COM PAC

**Fundamentação:** Demonstração do alinhamento entre a contratação e o planejamento do órgão ou entidade, identificando a previsão no Plano Anual de Contratações – PAC ou, se for o caso, justificando a ausência de previsão. **(art. 18 - § 1º inciso II da Lei 14.133/2021).**

A presente contratação encontra-se prevista no Plano Anual de Contratações do Município de Palotina para o exercício de 2026/2027, estando plenamente alinhada ao planejamento das contratações municipais

A contratação possui compatibilidade com os objetivos institucionais da Secretaria Municipal de Administração e das demais Secretarias Municipais, constituindo instrumento indispensável para a efetivação dos princípios constitucionais da publicidade, transparência, eficiência e acesso à informação, previstos no Art. 37 da Constituição Federal, bem como para o adequado cumprimento das competências administrativas do Município.

A necessidade da contratação decorre, ainda, do encerramento da vigência do Contrato nº 867/2021, oriundo da Concorrência Pública nº 006/2026, cuja prorrogação não é juridicamente possível, tornando imprescindível a realização de novo procedimento licitatório para assegurar a continuidade dos serviços de publicidade institucional, evitando a interrupção das ações de comunicação governamental.

## III – REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

**Fundamentação:** Descrição dos requisitos necessários e suficientes à escolha da solução, prevendo critérios e práticas de sustentabilidade (art. 18 - § 1º inciso III da Lei 14.133/2021).

**Identificação das necessidades de negócio**

A futura contratação deverá atender às necessidades de comunicação institucional do Município de Palotina, compreendendo a prestação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, observando integralmente as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 14.133/2021, da Lei Federal nº 4.680/1965, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária expedidas pelo CENP e demais legislações aplicáveis.

Para atendimento da necessidade pública, a futura contratada deverá observar, no mínimo, os seguintes requisitos:

1. Executar os serviços de publicidade institucional em conformidade com as Ordens de Serviço emitidas pela Administração Municipal, observando os prazos, especificações técnicas e objetivos estabelecidos para cada demanda.
2. Disponibilizar equipe técnica qualificada, composta por profissionais com capacitação compatível com a natureza dos serviços contratados, garantindo a adequada execução das atividades de planejamento, criação, produção, mídia, atendimento e demais serviços correlatos.
3. Responsabilizar-se integralmente pela qualidade técnica dos serviços executados, respondendo por eventuais falhas, incorreções, vícios ou prejuízos decorrentes de sua atuação.
4. Realizar, quando autorizada pela Administração, a intermediação junto aos veículos de comunicação, fornecedores especializados e demais prestadores de serviços necessários à execução das campanhas publicitárias, observando os princípios da economicidade, transparência e eficiência.
5. Manter, durante toda a execução contratual, todas as condições de habilitação jurídica, técnica, fiscal, trabalhista, econômico-financeira e de qualificação exigidas no processo licitatório.
6. Indicar preposto responsável pelo acompanhamento da execução contratual, atuando como interlocutor junto à fiscalização do contrato e atendendo prontamente às solicitações da Administração.
7. Observar rigorosamente as normas relativas aos direitos autorais, à propriedade intelectual, ao uso de imagem, à legislação de proteção de dados pessoais (Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD) e às demais disposições legais aplicáveis à atividade publicitária.
8. Declarar possuir pleno conhecimento das condições de execução dos serviços, das características da contratação e das obrigações assumidas perante a Administração Municipal.
9. O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado sucessivamente, desde que haja previsão no edital e no instrumento contratual, manutenção da necessidade administrativa,

demonstração de vantajosidade, disponibilidade orçamentária, desempenho satisfatório da contratada, manutenção das condições de habilitação e observância dos arts. 106 e 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

10. Todos os serviços deverão observar elevados padrões de qualidade técnica, criatividade, eficiência, economicidade e aderência aos objetivos institucionais definidos pela Administração Municipal.
11. A licitante deverá apresentar certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido perante entidade legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas das agências de propaganda, nos termos do art. 4º, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

**Práticas de Sustentabilidade**

Na execução contratual deverão ser observadas, sempre que possível, práticas voltadas ao desenvolvimento sustentável, dentre as quais:

- priorização da produção e distribuição de conteúdo em meios digitais, reduzindo o consumo de papel e demais materiais impressos;
- utilização racional de recursos naturais e materiais nos processos de produção gráfica e audiovisual;
- incentivo à utilização de fornecedores que adotem práticas ambientalmente responsáveis e socialmente sustentáveis;
- observância da acessibilidade comunicacional, buscando produzir materiais inclusivos sempre que tecnicamente viável;
- adoção de soluções tecnológicas que promovam maior eficiência na comunicação institucional, reduzindo desperdícios de recursos públicos.

## IV – ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

**Fundamentação:** Estimativa das quantidades a serem contratadas, acompanhada das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, considerando a interdependência com outras contratações, de modo a possibilitar economia de escala **(art. 18 - § 1º inciso IV da Lei 14.133/2021).**

A presente contratação possui natureza de **serviço técnico especializado continuado**, prestado sob demanda, não sendo possível estabelecer previamente quantidades exatas de peças publicitárias, campanhas institucionais, produções audiovisuais, inserções em mídia, materiais gráficos ou demais serviços correlatos que serão efetivamente executados durante a vigência contratual.

Dessa forma, a estimativa da contratação foi elaborada com base na análise do histórico de execução do contrato vigente, decorrente da Concorrência Pública nº 006/2026 (Contrato nº 867/2021), considerando as Notas de Autorização de Despesa (NADs) emitidas nos exercícios de 2025 e de 2026, até o mês de julho, bem como o planejamento estratégico da Administração Municipal para os próximos exercícios, consumo conforme planilha a seguir:

| | **Fornecedor: BLANCOLIMA COMUNICACAO E MARKETING EIRELI** | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Data** | **objeto** | **unid** | **valor nad** | **valor empenho** |
| 30/12/2021 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 45.833,34 | R$ 45.833,34 |
| 31/01/2022 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 45.105,64 | R$ 45.105,64 |
| 01/02/2022 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 45.833,33 | R$ 45.833,33 |
| 28/02/2022 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 18.888,83 | R$ 18.888,83 |
| 02/03/2022 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 65.833,34 | R$ 65.833,34 |
| 30/03/2022 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 6.831,50 | R$ 6.831,50 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 01/04/2022 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 85.000,00 | R$ 85.000,00 |
| 11/05/2022 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 85.000,00 | R$ 85.000,00 |
| 01/06/2022 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 85.000,00 | R$ 85.000,00 |
| 01/07/2022 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 66.674,02 | R$ 66.674,02 |
| 18/08/2022 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 137.500,00 | R$ 137.500,00 |
| | | | | **R$ 687.500,00** |
| 30/12/2022 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 30/01/2023 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 28/02/2023 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 28/02/2023 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 6.173,45 | R$ 6.173,45 |
| 30/03/2023 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 31/03/2023 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 1.792,60 | R$ 1.792,60 |
| 28/04/2023 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 30/05/2023 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 30/06/2023 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 28/07/2023 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 30/08/2023 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 30/11/2023 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| | | | | **R$ 707.966,05** |
| 02/01/2024 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 30/01/2024 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 29/02/2024 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 28/03/2024 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 30/04/2024 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 31/10/2024 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 120.000,00 | R$ 120.000,00 |
| | | | | **R$ 470.000,00** |
| 02/01/202 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE | 1,00 | R$ | R$ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 5 | AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | | 70.000,00 | 70.000,00 |
| 31/01/2025 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 28/02/2025 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 28/03/2025 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 29/04/2025 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 30/05/2025 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 30/06/2025 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 01/08/2025 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 01/09/2025 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 70.000,00 | R$ 70.000,00 |
| 22/12/2025 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 80.000,00 | R$ 80.000,00 |
| | | | | **R$ 710.000,00** |
| 02/01/2026 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 210.112,30 | R$ 210.112,30 |
| 28/01/2026 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 210.112,30 | R$ 210.112,30 |
| 17/06/2026 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 210.112,30 | R$ 210.112,30 |
| 24/09/2026 | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE | 1,00 | R$ 157.584,23 | R$ 157.584,23 |
| | | | | **R$ 787.921,13** |
| | | | **TOTAL CONTRATO** | **R$ 3.363.387,18** |
| | | | **MÉDIA ANO** | **R$ 672.677,44** |
| | | | **MÉDIA MÊS** | **R$ 56.056,45** |

A análise da execução contratual evidencia aumento da demanda pelos serviços de publicidade institucional, especialmente em razão da ampliação das ações governamentais, da necessidade de fortalecimento da comunicação digital, da divulgação de campanhas educativas, da divulgação institucional, campanhas de utilidade pública, programas, ações governamentais e informações de interesse coletivo, da transparência administrativa e da comunicação das políticas públicas desenvolvidas pelo Município.

Conforme histórico de execução, verificam-se os seguintes valores autorizados:

| Exercício | Valor autorizado (NAD's) |
|---|---|
| **2025** | **R$ 710.000,00** |
| **2026 (janeiro a julho)** | **R$ 630.336,90** |

Os documentos que subsidiam a presente estimativa demonstram que, apenas no primeiro semestre de 2026, a Administração Municipal já havia autorizado despesas correspondentes a aproximadamente

89% do montante disponibilizado durante todo o exercício de 2025, evidenciando crescimento significativo da utilização do contrato vigente. Considerando:

- o histórico de execução contratual;
- o aumento da demanda por comunicação institucional;
- a ampliação das campanhas de utilidade pública;
- o fortalecimento da comunicação digital e audiovisual;
- a necessidade de maior divulgação dos programas, ações, obras e serviços públicos;
- a expansão dos canais de comunicação com a população; e
- o planejamento estratégico da Administração Municipal para os próximos exercícios,

Estima-se para a futura contratação o valor global de até R$ 850.000,08, correspondente ao limite máximo estimado para execução durante a vigência contratual.

Destaca-se que a estimativa do valor global da futura contratação não decorre de mera projeção linear da execução financeira dos exercícios anteriores. Foram considerados, de forma conjunta, o histórico de execução do contrato vigente, o crescimento das demandas de comunicação institucional, a ampliação das ações governamentais, a intensificação da comunicação digital, o planejamento estratégico da Administração Municipal e a necessidade de manutenção de margem operacional suficiente para atendimento de demandas extraordinárias que, por sua natureza, não podem ser previamente quantificadas, tais como campanhas emergenciais, ações de utilidade pública, comunicação institucional decorrente de situações excepcionais e divulgação de programas governamentais.

Ressalta-se que referido valor possui caráter meramente estimativo, não gerando à Administração obrigação de sua execução integral, sendo os serviços demandados exclusivamente de acordo com a necessidade administrativa, mediante emissão de Ordens de Serviço e disponibilidade orçamentária, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e a Lei Federal nº 14.133/2021.

## V – LEVANTAMENTO DE MERCADO

**Fundamentação:** Levantamento de mercado, consistente na prospecção e análise das alternativas possíveis para atendimento da necessidade administrativa, com a respectiva justificativa técnica e econômica da solução a contratar, nos termos do art. 18, § 1º, inciso V, da Lei Federal nº 14.133/2021.

Para atendimento da necessidade de comunicação institucional do Município de Palotina, realizou-se levantamento de mercado destinado a identificar as soluções tecnicamente disponíveis, os modelos de contratação adotados por outros órgãos e entidades da Administração Pública, os critérios de julgamento empregados, as formas de execução, as referências de remuneração e as práticas de governança aplicáveis aos serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

O levantamento não se limitou à comparação de valores globais, tendo em vista que os montantes destinados à publicidade variam conforme a população abrangida, a estrutura administrativa, a quantidade de órgãos atendidos, a extensão territorial, o número de agências contratadas, a abrangência das campanhas, os meios de comunicação utilizados e as particularidades institucionais de cada contratante. A pesquisa concentrou-se, portanto, na comparação dos **modelos de solução**, dos procedimentos de seleção e das metodologias de execução e remuneração.

Foram analisados documentos referentes às contratações do Conselho Regional de Medicina do Estado do Paraná, sediado em Curitiba/PR, e dos Municípios de Balneário Rincão/SC, Mauá/SP, Pilar do Sul/SP, Pinhão/PR e Sarandi/PR, incluindo Estudos Técnicos Preliminares, Documentos de Formalização da Demanda, Termos de Referência, editais, briefings, mapas de riscos, propostas de preços, tabelas referenciais, minutas contratuais e demais anexos disponibilizados no Portal Nacional de Contratações Públicas ou nos portais institucionais correspondentes.

### 5.1 Características do mercado de publicidade institucional

Os serviços pretendidos não correspondem à aquisição isolada de materiais gráficos, inserções em veículos de comunicação ou peças audiovisuais previamente padronizadas. A necessidade administrativa envolve uma solução integrada, composta por atividades de natureza intelectual, técnica, estratégica e criativa, incluindo:

a) estudo e compreensão do problema de comunicação;
b) planejamento estratégico;
c) conceituação e concepção das campanhas;
d) criação de peças e conteúdos;
e) execução interna dos serviços próprios da agência;
f) intermediação e supervisão da execução externa;
g) planejamento e distribuição de publicidade aos veículos, plataformas e demais meios de divulgação;
h) produção e execução técnica de peças e projetos publicitários;
i) desenvolvimento de soluções de comunicação para meios tradicionais e digitais;
j) monitoramento, mensuração e avaliação dos resultados das campanhas.

Essas atividades constituem um conjunto integrado e indissociável, cuja execução exige equipe multidisciplinar, estrutura operacional, capacidade de atendimento, conhecimento de planejamento de mídia, domínio das diferentes linguagens publicitárias e aptidão para contratar e supervisionar fornecedores especializados.

O mercado possui quantidade relevante de agências aptas à execução do objeto, inclusive no Estado do Paraná e na região Sul do País. A própria contratação anterior de Palotina contou com participação de diversas agências, demonstrando a existência de ambiente competitivo e de fornecedores especializados capazes de atender à Administração Municipal.

A análise dos processos mais recentes também evidencia que a solução usualmente adotada pela Administração Pública consiste na contratação de agência de propaganda por meio de Concorrência, com julgamento por Melhor Técnica ou Técnica e Preço, execução indireta, continuada e sob demanda, observando-se o procedimento especial previsto na Lei Federal nº 12.232/2010.

**5.2 Alternativas analisadas**

**5.2.1 Execução integral por equipe própria do Município**

A primeira alternativa considerada consiste na internalização integral dos serviços, mediante execução direta por servidores ou profissionais integrantes da estrutura municipal.

A solução apresentaria, em tese, maior domínio direto sobre as rotinas de comunicação. Entretanto, sua adoção exigiria a manutenção de estrutura técnica permanente e multidisciplinar, formada, entre outros, por profissionais de atendimento, planejamento, publicidade, redação, direção de arte, design, mídia, audiovisual, fotografia, produção gráfica, análise de dados e comunicação digital.

Além da necessidade de ampliação do quadro permanente, seria indispensável disponibilizar equipamentos, softwares, licenças, bancos de imagens, estrutura de produção, sistemas de monitoramento, ferramentas de criação e recursos especializados. Mesmo com essa estrutura, o Município ainda dependeria da contratação de produtoras, gráficas, plataformas, veículos de comunicação e outros fornecedores externos.

A experiência identificada no ETP do CRM-PR demonstra que mesmo uma unidade de comunicação composta por oito profissionais reconheceu que as demandas publicitárias contínuas e de elevada complexidade extrapolavam sua capacidade operacional ordinária. O documento também registra que a ausência de um contrato integrado tende a gerar respostas fragmentadas, contratações pontuais, perda de coerência institucional e dificuldades de avaliação dos resultados.

No caso de Palotina, a estrutura administrativa existente não possui todos os profissionais, recursos tecnológicos e especialidades necessários à execução integral das atividades legalmente compreendidas no conceito de serviços de publicidade. A equipe municipal deve permanecer responsável pelo direcionamento institucional, elaboração dos briefings, fornecimento das informações, aprovação dos conteúdos, gestão e fiscalização do contrato, mas não dispõe de capacidade suficiente para substituir uma agência de propaganda completa.

Assim, a execução integral por equipe própria foi considerada **tecnicamente insuficiente e economicamente desvantajosa**, diante dos custos permanentes de estruturação, da diversidade das competências necessárias e da variabilidade das demandas.

**5.2.2 Contratações isoladas de serviços, peças, fornecedores e veículos**

Também foi avaliada a possibilidade de realizar contratações separadas para cada necessidade, como:

- contratação de criação gráfica;
- produção audiovisual;
- fotografia;
- impressão;
- impulsionamento digital;
- planejamento de mídia;
- inserções em rádio, televisão, jornais, portais e mídia exterior;
- pesquisas e instrumentos de avaliação.

Embora determinados serviços autônomos possam ser contratados separadamente quando não integrarem uma ação publicitária abrangida pela Lei nº 12.232/2010, a fragmentação sistemática da solução produziria riscos relevantes.

A contratação isolada dificultaria a manutenção de uma estratégia única, a padronização da identidade institucional, a continuidade das campanhas, a integração entre criação e mídia, o controle sobre os direitos autorais e a avaliação consolidada dos resultados. Também ampliaria o número de procedimentos administrativos, contratos, fiscais, pagamentos, cotações e controles necessários.

O ETP do CRM-PR aponta que a inexistência de lastro contratual integrado favorece soluções pontuais e reativas, com impactos sobre a coerência da comunicação, a eficiência na utilização dos recursos, a padronização das mensagens e a mensuração dos resultados.

Além disso, o fracionamento indevido das atividades que integram o núcleo legal dos serviços de publicidade poderia descaracterizar a solução e contrariar o procedimento especial definido pela Lei Federal nº 12.232/2010.

Por essas razões, a contratação fragmentada não se revela adequada como solução principal para as necessidades permanentes de publicidade institucional do Município.

**5.2.3 Contratação direta dos veículos de comunicação**

A contratação direta de veículos não substitui o conjunto de atividades pretendido. Rádio, televisão, jornal, portal, plataforma digital ou empresa de mídia exterior disponibilizam espaço ou tempo de divulgação, mas não executam necessariamente, de maneira integrada e imparcial, o planejamento, a conceituação, a criação, a produção, a seleção dos meios, a supervisão externa e a mensuração das campanhas.

A agência atua por ordem e conta da Administração na contratação de fornecedores especializados e veículos de divulgação, devendo planejar a distribuição das mensagens segundo o público-alvo, os objetivos da campanha, a abrangência, a oportunidade, a audiência, a economicidade e os indicadores pretendidos.

Essa intermediação não pode ser confundida com mera revenda de espaço publicitário. Ela integra uma estratégia de comunicação que deve evitar escolhas arbitrárias e assegurar justificativa técnica para os meios utilizados.

Ressalvam-se as situações legalmente admitidas e os objetos distintos da publicidade institucional, especialmente determinadas publicações de natureza estritamente legal, cuja contratação poderá ser realizada por procedimento próprio quando não estiver integrada a uma campanha publicitária. O modelo de Balneário Rincão, por exemplo, distingue as publicações de editais, balanços, contratos, atas, erratas e outros atos exigidos por lei dos serviços publicitários intermediados pela agência.

Portanto, a compra direta de mídia não atende, isoladamente, à necessidade identificada.

**5.2.4 Credenciamento de agências, fornecedores ou veículos**

A hipótese de credenciamento foi considerada, mas não se mostra apropriada como solução principal.

O credenciamento é adequado quando a Administração pretende contratar todos os interessados que satisfaçam condições uniformes, sem disputa excludente, especialmente quando a seleção de um único contratado não for conveniente ou quando o usuário puder escolher o prestador.

Na publicidade institucional, contudo, é necessário comparar qualitativamente planos de comunicação, estratégias, ideias criativas, capacidade de atendimento, repertórios e experiências anteriores. A contratação pressupõe competição técnica e julgamento especializado, inclusive mediante Plano de Comunicação Publicitária apresentado de forma não identificada e avaliado por Subcomissão Técnica.

O credenciamento, portanto, não oferece metodologia apropriada para identificar a melhor solução criativa e estratégica, tampouco substitui o rito especial estabelecido pela Lei nº 12.232/2010.

**5.2.5 Contratação de múltiplas agências**

A Lei Federal nº 12.232/2010 admite a adjudicação do objeto a mais de uma agência, desde que essa decisão seja justificada e acompanhada de procedimento interno de seleção das contratadas para cada demanda.

O modelo do CRM-PR prevê a contratação de duas agências, com execução indireta, continuada e sob demanda. O órgão elaborou, inclusive, Manual de Procedimento de Seleção Interna para disciplinar o acionamento direto motivado, a consulta comparativa, a divisão das demandas e a continuidade técnica das campanhas.

Esse modelo pode ampliar a capacidade criativa e operacional e reduzir a dependência de uma única contratada. Contudo, também exige:

- maior estrutura de gestão e fiscalização;
- procedimento de seleção interna para cada demanda;
- justificativas específicas para distribuição dos serviços;
- maior complexidade administrativa;
- controle do limite financeiro compartilhado;
- prevenção de sobreposição de atividades;
- coordenação entre diferentes conceitos, equipes e estratégias.

Considerando o porte de Palotina, o valor estimado de R$ 850.000,08, a experiência da contratação anterior e a estrutura disponível para gestão e fiscalização, a contratação simultânea de múltiplas agências não se mostra, neste momento, proporcional à necessidade.

**5.2.6 Contratação de uma agência de propaganda**

A contratação de uma única agência permite concentrar o planejamento, manter unidade conceitual, preservar a identidade institucional, integrar criação, produção e mídia e simplificar a gestão contratual.

Esse modelo foi adotado, entre outros, por Sarandi, cujo edital prevê expressamente a contratação de uma agência para execução indireta dos serviços, pelo período de 12 meses, sob o regime jurídico da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021.

Para Palotina, a solução apresenta melhor relação entre capacidade operacional, custo de governança, controle, continuidade técnica e atendimento às demandas municipais. A concentração em uma agência não impede que ela, mediante autorização e supervisão da Administração, intermedeie fornecedores especializados e veículos de comunicação necessários à execução de cada campanha.

**5.3 Análise das contratações similares**

A pesquisa identificou o seguinte panorama:

| Município | Solução adotada | Critério de julgamento | Forma de execução | R$Estimado |
|---|---|---|---|---|
| **Curitiba** | Contratação de 2 agências | Melhor Técnica | Continuada, indireta e sob demanda | 3.500.000,00 |
| **Balneário** | Contratação de agência, | Melhor Técnica | Serviço continuado | 2.100.000,00 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Rincão** | em modelo multientidades | | e sob demanda | |
| **Mauá** | Contratação de agência | Técnica e Preço | Execução indireta | Conforme edital |
| **Pilar do Sul** | Contratação de agência | Técnica e Preço, com ponderação técnica e econômica | Execução indireta | 1.800.000,00 |
| **Pinhão** | Contratação de agência | Técnica e Preço | Execução indireta | 800.000,00 |
| **Sarandi** | Contratação de 1 agência | Técnica e Preço | Execução indireta | 3.000.000,00 |
| **Palotina** | Contratação de 1 agência | Técnica e Preço | Continuada, indireta e sob demanda | 850.000,08 |

O CRM-PR adotou a modalidade Concorrência, na forma presencial, com julgamento por Melhor Técnica e contratação de duas agências, estabelecendo valor global de R$ 3.500.000,00 para o período inicial de 12 meses. Seu ETP adotou modelo referencial baseado em catálogo de produtos e serviços, tabela do SINAPRO/PR, preços unitários máximos e estimativas referenciais, preservando a flexibilidade necessária à execução sob demanda.

Balneário Rincão estruturou contratação continuada e compartilhada entre a Administração Municipal, o Fundo Municipal de Saúde, o SAMAE e a Câmara Municipal, no montante estimado de R$ 2.100.000,00. O respectivo ETP concluiu que a estrutura interna não possuía experiência nem conhecimento especializado suficientes para executar toda a amplitude das atividades de uma agência. Também adotou a tabela do SINAPRO como referência para os serviços internos.

Mauá adotou Concorrência Presencial, com critério de julgamento Técnica e Preço. A opção presencial foi motivada pelas peculiaridades da proposta técnica apócrifa e pela necessidade de preservar a não identificação do Plano de Comunicação submetido à Subcomissão Técnica. O objeto compreende as atividades integradas de planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão externa e distribuição de publicidade.

Pilar do Sul adotou Concorrência Presencial, modo de disputa fechado e julgamento por Técnica e Preço, com peso de 70% para a proposta técnica e 30% para a proposta econômica. O valor estimado foi de R$ 1.800.000,00 para 12 meses. A proposta técnica é examinada por Subcomissão formada por profissionais das áreas de comunicação, publicidade ou marketing.

Pinhão, município paranaense com características administrativas mais próximas às de Palotina, adotou Concorrência Presencial, Técnica e Preço, modo de disputa fechado e valor estimado de R$ 800.000,00. O edital identifica o Departamento de Comunicação, o Gabinete e a Secretaria Municipal de Administração como unidades responsáveis pela fiscalização.

Sarandi adotou Concorrência Presencial, julgamento por Técnica e Preço e contratação de uma agência, com valor estimado de R$ 3.000.000,00 para 12 meses. O edital fundamenta a escolha na natureza predominantemente intelectual, técnica, criativa e estratégica dos serviços e na necessidade de avaliação qualitativa das propostas. Também prevê indicadores e métricas para aferição, análise e otimização dos resultados das ações tradicionais e digitais.

A contratação anterior de Palotina, realizada pela Concorrência Pública nº 006/2026, também adotou o critério Técnica e Preço e contou com procedimento de julgamento por Subcomissão Técnica, demonstrando que o Município já possui experiência administrativa com o modelo.

| Alternativa | Benefícios | Limitações e riscos | Conclusão |
|---|---|---|---|
| **Execução integral por equipe própria** | Controle direto e conhecimento institucional | Necessidade de equipe multidisciplinar permanente, equipamentos, softwares, estrutura de mídia e produção; elevado custo fixo | Inviável no cenário atual |
| **Contratações isoladas** | Possibilidade de atender demandas | Fragmentação, perda de padronização, múltiplos | Inadequada como solução principal |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | simples e específicas | processos, dificuldade de mensuração e risco de descaracterização da contratação | |
| **Contratação direta de veículos** | Acesso direto a espaço ou tempo de mídia | Não contempla estratégia, criação, planejamento, produção, supervisão e avaliação integrada | Insuficiente |
| **Credenciamento** | Ampliação do número de prestadores | Não permite seleção competitiva da melhor estratégia e da melhor solução criativa | Incompatível com a necessidade |
| **Contratação de várias agências** | Maior diversidade criativa e capacidade operacional | Maior complexidade de governança, seleção interna e fiscalização | Desproporcional ao porte e ao valor de Palotina |
| **Contratação de uma agência** | Integração, continuidade, padronização, especialização e gestão simplificada | Dependência de uma contratada, mitigável por fiscalização, indicadores e obrigações contratuais | Solução mais adequada |

### 5.5 Critério de julgamento e modalidade

O levantamento realizado demonstra que a modalidade predominantemente adotada para a contratação de serviços de publicidade é a Concorrência, com julgamento por Melhor Técnica ou por Técnica e Preço, conforme admite a Lei Federal nº 12.232/2010.

Não se mostra cabível a utilização do Pregão, pois o objeto não se caracteriza como serviço comum cujos padrões de desempenho e qualidade possam ser integralmente definidos por especificações usuais de mercado. A qualidade da solução depende da avaliação de atributos técnicos, intelectuais, estratégicos e criativos, como raciocínio básico, estratégia de comunicação, ideia criativa, estratégia de mídia, capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções anteriores.

A adoção da Concorrência na forma presencial mostra-se mais adequada ao presente objeto em razão da necessidade de preservar integralmente o anonimato do Plano de Comunicação Publicitária submetido à Subcomissão Técnica, evitando qualquer elemento eletrônico capaz de revelar a autoria da proposta, como metadados, propriedades de arquivos digitais, registros de envio ou outras informações identificadoras. Considerando que o Município não dispõe, até o presente momento, de solução tecnológica institucionalmente implementada e validada que assegure, com grau equivalente de segurança, o anonimato integral exigido pela Lei Federal nº 12.232/2010, conclui-se que a forma presencial representa a alternativa mais segura para resguardar a isonomia, a impessoalidade e a lisura do julgamento técnico, sem prejuízo da observância do art. 17, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021 quanto ao registro e publicidade das sessões públicas.

A adoção do menor preço isoladamente poderia conduzir à seleção de proposta economicamente inferior em valor nominal, mas incapaz de assegurar qualidade criativa, alcance, aderência ao público-alvo, coerência institucional e efetividade das campanhas.

Entre os dois critérios legalmente admitidos, considera-se mais adequado para Palotina o julgamento por Técnica e Preço, porque permite avaliar simultaneamente:

- a qualidade do Plano de Comunicação Publicitária;
- a capacidade de atendimento da agência;
- o repertório e a experiência técnica;
- as estratégias de mídia e não mídia;
- os percentuais de desconto sobre os custos internos;
- os honorários incidentes sobre serviços executados por terceiros;
- a proposta economicamente mais vantajosa.

A solução se aproxima dos modelos adotados por Mauá, Pilar do Sul, Pinhão e Sarandi, todos estruturados com julgamento técnico e econômico. Sarandi justificou expressamente a Técnica e Preço pela natureza intelectual, técnica, criativa e estratégica do objeto.

### 5.6 Forma de execução e remuneração

O levantamento demonstra que os serviços são usualmente contratados:

- de forma indireta;
- em caráter continuado;
- sem dedicação exclusiva de mão de obra;
- sob demanda;
- mediante emissão de Ordens de Serviço;
- com pagamento apenas dos serviços previamente autorizados, executados, comprovados e aceitos;
- observando-se limite global estimado, sem obrigação de execução integral.

A remuneração normalmente combina:

a) custos internos executados pela agência, calculados com base na tabela referencial do SINAPRO vigente, com aplicação do desconto ofertado na licitação;

b) honorários sobre serviços especializados executados por fornecedores, quando houver intermediação e supervisão da agência;

c) remuneração decorrente da intermediação de veiculação, observadas as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, os benefícios pertencentes à Administração e as condições estabelecidas no edital;

d) reembolso de despesas previamente autorizadas, comprovadas e juridicamente admitidas;

e) cessão ou licenciamento de direitos autorais, conexos e de imagem, conforme cada contratação e período de utilização.

O modelo do CRM-PR utiliza catálogo de produtos e serviços com referência na tabela do SINAPRO/PR, preços unitários máximos e estimativas referenciais, sem eliminar a flexibilidade necessária ao atendimento das demandas institucionais.

Balneário Rincão também utiliza a tabela do sindicato estadual e prevê descontos sobre custos internos, honorários sobre produções externas e regras específicas para correções, layouts rejeitados, bonificações e tetos previamente autorizados.

Para Palotina, a tabela referencial vigente do SINAPRO/PR deverá ser utilizada como parâmetro orientador para os custos internos, sem prejuízo da realização da pesquisa de preços, análise de contratações públicas semelhantes e definição, no edital, dos limites e percentuais aplicáveis.

**5.7 Análise da disponibilidade do mercado**

A análise das licitações demonstra que há mercado fornecedor capaz de executar o objeto. Os editais pesquisados abrangem diferentes Estados, portes populacionais e valores, confirmando a existência de agências com estrutura para:

- planejamento estratégico;
- criação;
- produção;
- mídia;
- comunicação digital;
- produção audiovisual;
- acompanhamento de campanhas;
- intermediação de fornecedores;
- mensuração de resultados;
- atendimento continuado à Administração Pública.

A adoção de requisitos proporcionais, compatíveis com o valor e a complexidade da contratação, deverá permitir ampla participação, sem renunciar à comprovação da qualificação técnica exigida pela Lei Federal nº 12.232/2010.

A Administração deverá evitar exigências de habilitação que não guardem relação direta com o objeto ou que imponham estrutura excessiva e desproporcional. Ao mesmo tempo, deverá exigir certificação de qualificação técnica de funcionamento, atestados compatíveis, equipe adequada e demais condições indispensáveis à segurança da execução.

**5.8 Justificativa técnica e econômica da solução escolhida**

Após a comparação das alternativas, conclui-se que a solução mais adequada consiste na contratação de uma agência de propaganda especializada, mediante Concorrência Presencial, com critério de

julgamento Técnica e Preço, para execução indireta, continuada e sob demanda dos serviços de publicidade institucional do Município de Palotina.

A solução apresenta as seguintes vantagens:

1. reúne em uma única estrutura o planejamento, a criação, a produção, a mídia, a supervisão e a avaliação das campanhas;
2. assegura unidade de linguagem e padronização da identidade institucional;
3. permite atendimento especializado sem a criação de estrutura permanente de elevados custos fixos;
4. reduz a necessidade de múltiplas contratações fragmentadas;
5. possibilita a seleção da proposta tecnicamente mais qualificada e economicamente vantajosa;
6. preserva flexibilidade para atender demandas variáveis ao longo da vigência;
7. permite maior controle sobre fornecedores, veículos, custos, direitos autorais e resultados;
8. favorece o uso integrado de meios tradicionais e digitais;
9. amplia a capacidade de divulgação dos programas, serviços, campanhas, obras e ações municipais;
10. encontra correspondência direta nos modelos adotados por outros órgãos e municípios.

Sob o aspecto econômico, a contratação não implica pagamento fixo mensal nem obrigação de utilização integral do valor estimado. O montante de R$ 850.000,08 funcionará como limite global máximo, sendo executado de acordo com as necessidades efetivas, a disponibilidade orçamentária e as Ordens de Serviço formalmente autorizadas.

O modelo possibilita economia de escala porque concentra o planejamento anual, reduz a repetição de procedimentos, permite negociação coordenada com fornecedores e veículos, transfere à Administração as vantagens comerciais obtidas e submete os custos internos aos descontos oferecidos na proposta de preços.

A escolha também está amparada pelo histórico de execução de Palotina. As NADs demonstram autorizações no valor de R$ 710.000,00 em 2025 e de R$ 630.336,90 somente até julho de 2026, evidenciando aumento da utilização do contrato e demanda por maior capacidade de divulgação.

A ampliação para R$ 850.000,08 não representa obrigação de dispêndio integral nem simples incremento desvinculado do planejamento. Trata-se de adequação do limite contratual ao histórico recente, à demanda reprimida, à necessidade de melhorar o alcance da comunicação pública e à previsão de maior utilização de mídias digitais, audiovisuais, radiofônicas, impressas e demais meios adequados aos diferentes públicos do Município.

Sob a perspectiva da economicidade, a contratação por demanda impede desembolsos desnecessários, uma vez que a Administração somente remunerará os serviços efetivamente solicitados, autorizados, executados e recebidos, inexistindo obrigação de consumo integral do valor estimado, o qual representa apenas limite máximo de execução contratual.

Diante das alternativas avaliadas, conclui-se que a contratação de uma única agência de propaganda, mediante Concorrência Presencial com julgamento por Técnica e Preço, representa a solução que melhor concilia eficiência administrativa, economicidade, segurança jurídica, continuidade dos serviços, padronização da comunicação institucional, governança contratual e observância das disposições da Lei Federal nº 12.232/2010 e da Lei Federal nº 14.133/2021, revelando-se tecnicamente adequada, operacionalmente viável e economicamente mais vantajosa para o Município de Palotina.

**5.9 Conclusão do levantamento de mercado**

O levantamento realizado demonstra:

- a existência de mercado competitivo e especializado;
- a viabilidade operacional da contratação;
- a adoção reiterada da solução por outros órgãos e municípios;
- a predominância da modalidade Concorrência;
- a adequação do julgamento por Técnica e Preço;
- a compatibilidade da execução indireta, continuada e sob demanda;
- a conveniência da contratação de uma única agência para a realidade de Palotina;
- a possibilidade de adoção da tabela SINAPRO/PR como referência para custos internos;
- a necessidade de Subcomissão Técnica para julgamento das propostas;
- a vantajosidade da solução integrada em relação à execução própria ou às contratações fragmentadas.

Dessa forma, conclui-se que a contratação de agência de propaganda especializada constitui a alternativa que apresenta a melhor relação entre qualidade técnica, eficiência administrativa, economicidade, controle, flexibilidade e capacidade de atendimento às atuais necessidades de comunicação institucional do Município de Palotina.

## VI – ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

**Fundamentação:** Estimativa do valor da contratação, acompanhada dos preços unitários referenciais, das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, que poderão constar de anexo classificado, se a administração optar por preservar o seu sigilo até a conclusão da licitação **(art. 18 - § 1º inciso VI da Lei 14.133/2021).**

A estimativa preliminar da futura contratação foi elaborada considerando as características próprias dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda. Diferentemente das aquisições de bens padronizados, o objeto não possui quantitativos previamente exatos nem preço global fixo correspondente a uma entrega única, uma vez que será executado de forma continuada e sob demanda, mediante campanhas, peças, serviços internos, produções externas, ações digitais, planejamento e veiculação em meios de comunicação definidos conforme as necessidades administrativas verificadas durante a vigência contratual.

Nesse modelo, o valor global representa o limite máximo estimado de dispêndio, não constituindo obrigação de execução integral nem garantia de faturamento mínimo à futura contratada. A Administração somente realizará despesas correspondentes aos serviços previamente demandados, autorizados, efetivamente executados, comprovados, fiscalizados e aceitos.

A solução adotada contempla todas as etapas necessárias ao ciclo completo da comunicação pública institucional, desde o diagnóstico da necessidade comunicacional até a mensuração dos resultados das campanhas, assegurando atuação integrada, padronizada, eficiente e compatível com os princípios da Administração Pública.

### 6.1 Metodologia empregada

Para a formação da estimativa preliminar foram considerados, de maneira combinada, os seguintes parâmetros:

I – histórico da contratação vigente, decorrente da Concorrência Pública nº 006/2026 e formalizada pelo Contrato nº 867/2021;

II – valores das Notas de Autorização de Despesa – NAD's emitidas pelo Município nos exercícios de 2025 e 2026;

III – comportamento recente da demanda e ritmo de utilização do contrato vigente;

IV – necessidade identificada de ampliação e fortalecimento da divulgação institucional, campanhas educativas, ações governamentais, serviços públicos e demais informações de interesse coletivo, sem prejuízo das publicações legais obrigatórias quando cabíveis;

V – previsão de incremento das campanhas educativas e de utilidade pública, da produção audiovisual, da comunicação digital e da presença nos meios de comunicação adequados aos diversos públicos;

VI – valores globais adotados em contratações similares realizadas por outros órgãos e municípios;

VII – valores referenciais dos serviços internos constantes da tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO/PR;

VIII – percentuais de desconto, honorários e demais critérios de remuneração usualmente adotados nas contratações públicas de serviços de publicidade;

IX – metodologia definida pelo Decreto Municipal nº 10.733/2023, no que for compatível com a natureza especial do objeto;

X – princípios da economicidade, eficiência, proporcionalidade, planejamento e melhor relação entre custo e benefício.

A utilização conjunta desses parâmetros é necessária porque os valores globais de contratos de publicidade não podem ser comparados isoladamente. Cada contratação possui diferenças relacionadas ao porte da Administração, população abrangida, quantidade de órgãos atendidos, número de agências contratadas, extensão territorial, intensidade das campanhas, abrangência da mídia e volume de produção.

**6.2 Histórico da execução contratual do Município**

As NAD's emitidas em 2025 totalizaram R$ 710.000,00, distribuídos em autorizações periódicas de R$ 70.000,00 e em uma autorização de R$ 80.000,00 ao final do exercício. O relatório também demonstra que os valores empenhados em algumas autorizações foram inferiores aos valores inicialmente reservados, circunstância que confirma a natureza estimativa e variável da contratação.

No exercício de 2026, até a data de emissão do relatório, foram registradas três NAD's no valor individual de R$ 210.112,30, totalizando R$ 630.336,90.

| Exercício | Valor das NAD's emitidas | Período considerado |
|---|---|---|
| **2025** | R$ 710.000,00 | Janeiro a dezembro |
| **2026** | R$ 630.336,90 | Até 15 de julho de 2026 |
| **Total analisado** | **R$ 1.340.336,90** | Histórico recente |

O montante registrado em 2026 corresponde a aproximadamente **88,78%** do total das NAD's emitidas durante todo o exercício de 2025, embora o relatório tenha sido extraído ainda no mês de julho.

Caso o ritmo de utilização observado em 2026 seja projetado linearmente para 12 meses, obtém-se a seguinte referência:

$$R\$630.336,90 \div 7 \times 12 = R\$1.080.577,54$$

A projeção anualizada indica uma demanda potencial de aproximadamente **R$ 1,08 milhão**, mesmo antes da incorporação plena das medidas previstas para reforçar a divulgação institucional.

Sobre essa projeção, foi considerada margem aproximada de 11,05% para absorver:

- intensificação das campanhas de utilidade pública;
- aumento da produção audiovisual e digital;
- divulgação mais ampla de serviços, obras, programas e políticas públicas;
- atendimento de demandas urgentes ou sazonais;
- eventual elevação dos custos de produção e veiculação;
- ampliação do alcance territorial e dos públicos atendidos;
- campanhas que, na contratação vigente, tenham sido reduzidas ou não realizadas em razão da limitação de saldo.

Assim, tem-se:

| Componente da memória de cálculo | Valor |
|---|---|
| **Projeção anual com base na execução de 2026** | R$ 1.080.577,54 |
| **Valor global estimado** | **R$ 850.000,08** |

A margem não corresponde a pagamento antecipado, reserva de lucro ou obrigação de consumo. Trata-se apenas de capacidade contratual estimada, cuja utilização dependerá de demanda formal, disponibilidade orçamentária e autorização da Administração.

**6.3 Comparação com contratações similares**

O levantamento de mercado identificou valores globais variados nas contratações analisadas:

| Órgão ou Município | Valor global estimado | Característica relevante |
|---|---|---|
| **Pinhão/PR** | R$ 800.000,00 | Uma agência; Técnica e Preço |
| **Palotina/PR – proposta** | **R$ 850.000,08** | Uma agência; execução sob demanda |
| **Pilar do Sul/SP** | R$ 1.800.000,00 | Técnica e Preço |
| **Balneário Rincão/SC** | R$ 2.100.000,00 | Contratação multientidades |
| **Sarandi/PR** | R$ 3.000.000,00 | Uma agência |
| **CRM-PR – Curitiba** | R$ 3.500.000,00 | Duas agências |

Pinhão estabeleceu valor estimado de R$ 800.000,00 para a contratação de agência de propaganda, por Concorrência Presencial e julgamento por Técnica e Preço.

Pilar do Sul adotou valor global de até R$ 1.800.000,00 para o período de 12 meses, também mediante julgamento técnico e econômico.

Balneário Rincão fixou valor de R$ 2.100.000,00, dividido entre a Administração Municipal, o Fundo Municipal de Saúde, o SAMAE e a Câmara Municipal.

Sarandi previu valor total estimado de R$ 3.000.000,00 para a contratação de serviços de publicidade e propaganda.

O CRM-PR estimou R$ 3.500.000,00 para 12 meses, distribuídos entre duas agências e executados de forma continuada e sob demanda.

A comparação demonstra que a estimativa de **R$ 850.000,08 (oitocentos e cinquenta mil reais)** para Palotina se situa em patamar intermediário e proporcional, superior à contratação de Pinhão, mas substancialmente inferior aos valores adotados por Pilar do Sul, Balneário Rincão, Sarandi e CRM-PR. Ressalta-se, contudo, que a comparação possui função referencial e não substitui a memória de cálculo baseada na execução histórica do próprio Município.

**6.4 Formação dos preços unitários**

Embora se estabeleça um limite financeiro global, a futura contratada não será remunerada simplesmente pela disponibilização desse montante. O pagamento decorrerá dos componentes efetivamente utilizados em cada ação publicitária.

A formação dos preços observará, conforme a natureza de cada serviço:

**a) Serviços internos da agência**

Os serviços internos executados pela própria agência serão calculados a partir dos valores constantes da tabela referencial vigente do **SINAPRO/PR**, aplicando-se o percentual de desconto ofertado pela licitante em sua proposta de preços.

A tabela do SINAPRO/PR contempla, entre outros:

- planejamento;
- criação;
- redação;
- direção de arte;
- design;
- peças para jornais e revistas;
- materiais digitais;
- rádio;
- televisão;
- audiovisual;
- mídia exterior;
- identidade visual;
- sinalização;
- materiais gráficos;
- conteúdo para redes e plataformas digitais.

A documentação do CRM-PR utiliza expressamente a tabela do SINAPRO/PR como referência para os custos internos e estrutura a proposta econômica mediante desconto sobre seus valores e limites de honorários incidentes sobre serviços externos.

**b) Serviços executados por fornecedores especializados**

Os serviços externos necessários à produção e à execução técnica das campanhas deverão ser previamente autorizados pela Administração e, quando cabível, submetidos à obtenção de propostas de fornecedores, observando-se os procedimentos definidos pela Lei nº 12.232/2010, pelo edital e pelo Termo de Referência.

Sobre esses serviços poderão incidir honorários da agência nos limites fixados no instrumento convocatório e de acordo com o percentual ofertado na proposta de preços.

**c) Veiculação de publicidade**

Os valores destinados à veiculação dependerão:

- do veículo ou plataforma;
- do público-alvo;
- da abrangência;
- do período de divulgação;
- da audiência;
- do formato;
- da duração;
- da frequência;
- da estratégia de mídia aprovada.

A contratação e o pagamento deverão estar acompanhados das autorizações, tabelas comerciais, negociações, comprovantes de veiculação e demais documentos previstos no edital e na Lei nº 12.232/2010.

**d) Direitos autorais, conexos e de imagem**

Quando necessários, os valores relacionados a cessão, licenciamento, renovação ou reutilização de direitos autorais, direitos conexos, cachês e direitos de imagem deverão ser previamente aprovados e demonstrados individualmente, observados os limites estabelecidos pela Administração.

**e) Pesquisas e instrumentos de avaliação**

Eventuais pesquisas e instrumentos de avaliação somente poderão ser utilizados quando diretamente relacionados à ação publicitária, ao público-alvo, aos meios empregados ou à mensuração dos resultados da campanha, sendo vedada a contratação de pesquisas estranhas ao objeto.

**6.5 Estrutura preliminar da proposta econômica**

A proposta de preços não deverá consistir em simples indicação do valor global de R$ 850.000,08. Esse valor será comum a todas as licitantes e funcionará como limite máximo da contratação.

A competição econômica poderá considerar, entre outros elementos a serem definitivamente estabelecidos no edital:

| Componente econômico | Forma de apresentação |
|---|---|
| **Serviços internos da agência** | Percentual de desconto sobre a tabela SINAPRO/PR |
| **Produção e execução técnica por terceiros** | Percentual de honorários da agência |
| **Pesquisas e instrumentos de avaliação** | Percentual de honorários, quando cabível |
| **Formas inovadoras de comunicação e soluções digitais** | Percentual de honorários, quando cabível |
| **Renovação de direitos e reutilização de peças** | Percentual ou limite máximo definido |
| **Reimpressões ou reproduções** | Percentual ou limite máximo definido |

Sarandi adotou proposta econômica composta por percentuais de honorários sobre serviços externos, pesquisas, soluções inovadoras e desconto sobre os custos internos baseados na tabela do SINAPRO/PR.

O modelo do CRM-PR também estabelece desconto mínimo sobre os custos internos e limites máximos para honorários incidentes sobre bens e serviços especializados, direitos autorais, reimpressões e outras atividades intermediadas pela agência.

Essas referências deverão ser examinadas na elaboração do orçamento definitivo e da fórmula de pontuação da proposta de preços, evitando-se percentuais excessivos, inexequíveis ou capazes de comprometer a qualidade da execução.

**6.6 Natureza preliminar da estimativa**

A presente estimativa possui caráter preliminar e destina-se a:

- verificar a viabilidade econômica da contratação;
- subsidiar a definição da solução;

- orientar a reserva orçamentária;
- dimensionar o limite máximo da futura contratação;
- apoiar a elaboração do Termo de Referência e do edital.

O orçamento estimativo definitivo deverá ser consolidado antes da publicação da licitação, com base:

1. na tabela vigente do SINAPRO/PR;
2. na análise dos percentuais praticados em contratações semelhantes;
3. nos valores históricos efetivamente executados pelo Município;
4. nas campanhas e ações previstas para a nova vigência;
5. na metodologia prevista no Decreto Municipal nº 10.733/2023;
6. em pesquisa de preços formalizada em documento próprio;
7. na avaliação crítica de valores inconsistentes, inexequíveis ou excessivamente elevados.

Caso a Administração opte pelo sigilo do orçamento estimado, a decisão deverá ser formalmente motivada, sem prejuízo da divulgação dos quantitativos, das condições necessárias à formulação das propostas e das demais informações indispensáveis à competição.

**6.7 Valor estimado**

Diante da memória de cálculo apresentada, do histórico recente da contratação, do ritmo de utilização verificado em 2026, da demanda reprimida e da necessidade de fortalecimento da comunicação institucional, estima-se o valor global da futura contratação em:

**R$ 850.000,08 (oitocentos e cinquenta mil reais e oito centavos), para o período inicial de 12 meses.**

O valor será executado de forma parcelada e sob demanda, não estando o Município obrigado a consumi-lo integralmente. Os pagamentos serão limitados aos serviços efetivamente solicitados, autorizados, executados, comprovados e aceitos, observadas as disponibilidades orçamentárias e financeiras.

Conclui-se, portanto, que a estimativa se apresenta compatível com o histórico de utilização do Município, com a projeção da demanda anual, com a ampliação planejada da comunicação institucional e com os valores observados em contratações públicas similares, devendo o orçamento definitivo ser complementado pela pesquisa formal de preços e pela definição dos percentuais econômicos que integrarão a futura licitação.

## VII - DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

**Fundamentação: Descrição da solução como um todo, inclusive das exigências relacionadas à manutenção e à assistência técnica, quando for o caso, acompanhada das** justificativas técnica e econômica da escolha do tipo de solução **(art. 18 - § 1º inciso VII da Lei 14.133/2021).**

A opção preliminar pela realização da Concorrência em sua forma presencial decorre da necessidade de assegurar a apresentação, o recebimento, a custódia e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária em via não identificada, sem metadados, assinaturas digitais, propriedades de arquivos, registros de envio ou quaisquer elementos tecnológicos que possam revelar antecipadamente a autoria da proposta. Considerando que a Administração Municipal não dispõe, atualmente, de solução eletrônica validada que assegure integralmente o anonimato exigido pela Lei Federal nº 12.232/2010, entende-se, em princípio, que a forma presencial melhor resguarda a lisura do julgamento técnico. As sessões públicas observarão as exigências de transparência previstas na Lei Federal nº 14.133/2021, inclusive com registro em ata e gravação em áudio e vídeo, nos termos do art. 17, § 2º.

A contratação será regida prioritariamente pela Lei Federal nº 12.232/2010, que disciplina especificamente os serviços de publicidade prestados à Administração Pública por intermédio de agências de propaganda, e, complementarmente, pela Lei Federal nº 14.133/2021, pela Lei Federal nº 4.680/1965, pelo Decreto Federal nº 57.690/1966 e pelas demais normas pertinentes. A Lei nº 12.232/2010 estabelece

que os serviços dessa natureza devem ser prestados necessariamente por intermédio de agência de propaganda e compreendem um conjunto integrado de atividades publicitárias.

A solução compreenderá o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos, plataformas e demais meios de divulgação, com o objetivo de informar, orientar e conscientizar a população acerca dos atos, programas, serviços, campanhas e ações de interesse público desenvolvidos pelo Município.

Também poderão integrar a contratação, desde que diretamente relacionados às ações publicitárias e previamente autorizados pela Administração:

a) planejamento e execução de pesquisas e instrumentos de avaliação relacionados ao público-alvo, aos meios de divulgação, ao desenvolvimento das campanhas e à mensuração de seus resultados;
b) produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários;
c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, inclusive para ambientes digitais;
d) produção de conteúdos gráficos, audiovisuais, radiofônicos, fotográficos, digitais e de mídia exterior;
e) planejamento, negociação, intermediação e acompanhamento da veiculação de publicidade;
f) contratação e supervisão de fornecedores especializados necessários à produção das peças e campanhas;
g) monitoramento das ações realizadas e apresentação de relatórios de execução e desempenho.

A execução ocorrerá de forma indireta, continuada e sem dedicação exclusiva de mão de obra, mediante emissão de briefings, solicitações ou Ordens de Serviço pela unidade municipal responsável. Cada demanda deverá indicar, conforme o caso, o objetivo da comunicação, o público-alvo, o conteúdo essencial, os meios sugeridos, o prazo, o limite financeiro e os resultados esperados.

O valor global estimado de R$ 850.000,08 constituirá apenas limite máximo de dispêndio para o período inicial da contratação, sem gerar obrigação de execução integral, exclusividade absoluta de demanda ou faturamento mínimo à contratada. Os pagamentos ficarão restritos aos serviços efetivamente solicitados, previamente autorizados, executados, comprovados, fiscalizados e aceitos pelo Município.

O parcelamento do objeto comprometeria a unidade conceitual das campanhas, dificultaria a responsabilização contratual, elevaria os custos administrativos, aumentaria o número de procedimentos licitatórios e reduziria a eficiência da gestão da comunicação institucional, razão pela qual sua adoção não se revela técnica nem economicamente recomendável.

**7.1 Componentes da solução**

**I – Planejamento da comunicação publicitária**

A agência deverá analisar as necessidades apresentadas pelo Município e propor estratégias adequadas à natureza de cada campanha, considerando:

- objetivos institucionais;
- público-alvo;
- abrangência territorial;
- linguagem;
- período de divulgação;
- meios e veículos disponíveis;
- orçamento autorizado;
- frequência e alcance;
- indicadores e métricas de resultado.

O planejamento deverá contemplar meios tradicionais e digitais, evitando a concentração injustificada dos recursos em determinado veículo ou formato, buscando maior eficiência.

**II – Criação e desenvolvimento das campanhas**

A contratada será responsável pela concepção criativa das campanhas, incluindo, conforme cada demanda:

- conceitos;

- textos;
- slogans;
- roteiros;
- identidade visual;
- peças gráficas;
- anúncios;
- materiais digitais;
- conteúdos audiovisuais;
- spots e jingles;
- materiais de mídia exterior;
- adaptações e desdobramentos das peças.

Os materiais deverão observar o caráter educativo, informativo ou de orientação social da publicidade pública, sendo vedada qualquer forma de promoção pessoal de autoridades ou servidores.

**III – Produção e execução técnica**

Quando a campanha exigir serviços que não sejam executados diretamente pela agência, poderão ser contratados fornecedores especializados, tais como:

- produtoras audiovisuais;
- estúdios;
- locutores;
- fotógrafos;
- gráficas;
- empresas de mídia exterior;
- profissionais de animação;
- empresas de tecnologia;
- bancos de imagens e trilhas;
- demais fornecedores compatíveis com a ação autorizada.

A agência deverá realizar a intermediação, a supervisão técnica e a comprovação dos custos, observando os procedimentos de pesquisa e contratação definidos no edital e no Termo de Referência.

**IV – Planejamento e execução de mídia**

A agência deverá elaborar planos de mídia compatíveis com os objetivos, públicos e recursos disponíveis, indicando tecnicamente os veículos, plataformas, formatos, períodos, frequência e alcance previstos.

A escolha dos meios deverá ser motivada por critérios técnicos e econômicos, tais como:

- aderência ao público-alvo;
- audiência;
- circulação;
- abrangência;
- cobertura;
- custo por alcance;
- oportunidade;
- adequação do formato;
- histórico de desempenho;
- complementaridade entre meios.

A execução deverá ser acompanhada de autorizações, tabelas comerciais, propostas, relatórios, comprovantes de veiculação e demais documentos necessários à fiscalização.

**V – Comunicação digital**

A solução deverá contemplar a crescente relevância dos meios digitais, incluindo criação, adaptação, distribuição, impulsionamento e monitoramento de conteúdos em plataformas digitais, quando previamente autorizado.

O modelo analisado do CRM-PR inclui expressamente criação, produção de conteúdos, execução técnica e monitoramento de campanhas em canais digitais, bem como relatórios destinados à aferição da estratégia e mensuração dos resultados.

Para Palotina, deverão ser considerados, conforme a campanha:

- portais de notícias;
- mecanismos de busca;
- redes sociais;
- plataformas de vídeo;
- mídia programática;
- conteúdos patrocinados;
- formatos responsivos;
- painéis e plataformas digitais;
- outros meios compatíveis com a legislação e com o interesse público.

**VI – Mensuração e avaliação dos resultados**

Sempre que a natureza da ação permitir, a agência deverá propor indicadores objetivos, tais como:

- alcance;
- frequência;
- visualizações;
- impressões;
- engajamento;
- cliques;
- taxa de conclusão de vídeos;
- acessos a páginas ou serviços;
- cobertura geográfica;
- retorno de mídia;
- adesão às campanhas;
- resultados de pesquisas ou instrumentos de avaliação.

A mensuração não deverá ser meramente quantitativa. Os relatórios deverão permitir verificar se a campanha alcançou seu público, transmitiu corretamente a mensagem e contribuiu para o resultado institucional pretendido.

**7.2 Forma de acionamento e execução**

Os serviços serão prestados sob demanda, mediante fluxo mínimo composto pelas seguintes etapas:

1. apresentação da necessidade pelo órgão ou Secretaria interessada;
2. consolidação e validação da demanda pela unid. responsável pela comunicação institucional;
3. elaboração do briefing;
4. emissão de solicitação formal ou Ordem de Serviço;
5. apresentação da proposta técnica, criativa, operacional e financeira pela agência;
6. análise e aprovação pelo Município;
7. cotação e autorização de fornecedores ou veículos, quando necessária;
8. execução da campanha ou serviço;
9. acompanhamento da veiculação e da produção;
10. apresentação dos comprovantes, relatórios e documentos fiscais;
11. conferência, recebimento e ateste pela fiscalização;
12. pagamento dos serviços efetivamente executados.

A Administração poderá solicitar ajustes, correções, adaptações ou substituições quando os materiais não estiverem de acordo com o briefing, com a identidade institucional, com a legislação ou com os padrões técnicos estabelecidos.

**7.3 Regime de execução e forma de remuneração**

A contratação será executada sob o regime de **empreitada por preço unitário**, tendo em vista que as demandas possuem natureza variável e não podem ser integralmente quantificadas antes do início da vigência.

A remuneração poderá abranger:

- serviços internos da agência, calculados com base na tabela vigente do SINAPRO/PR e no desconto ofertado;
- honorários sobre serviços externos intermediados e supervisionados pela agência;
- custos de produção devidamente autorizados e comprovados;
- despesas de veiculação;
- direitos autorais, conexos e de imagem previamente aprovados;
- pesquisas e instrumentos de avaliação vinculados às campanhas;
- outros componentes admitidos pela legislação e previstos no instrumento convocatório.

Não haverá pagamento mensal fixo pela simples disponibilidade da agência. A remuneração dependerá da execução efetiva de cada serviço.

O modelo de Curitiba/CRM-PR igualmente adota execução indireta, continuada, sob demanda, sem dedicação exclusiva de mão de obra e por preços unitários, com pagamentos vinculados aos serviços autorizados e aceitos.

**7.4 Contratação de uma única agência**

Embora a legislação permita a contratação de mais de uma agência, optou-se, preliminarmente, pela contratação de **uma única agência de propaganda**.

A escolha se justifica pela:

- dimensão administrativa do Município;
- estimativa financeira da contratação;
- necessidade de unidade conceitual;
- facilidade de coordenação das campanhas;
- redução da complexidade de gestão;
- inexistência de necessidade de procedimento permanente de seleção interna entre agências;
- experiência do Município com o modelo de contratação única;
- proporcionalidade entre a solução e a estrutura municipal de fiscalização.

A contratação de duas agências, como adotada pelo CRM-PR, exigiria regulamento específico para distribuição e seleção interna das demandas, maior capacidade administrativa e controles adicionais.

Para Palotina, a contratação única oferece melhor equilíbrio entre diversidade técnica, continuidade, padronização e custo de governança.

**7.5 Justificativa da Concorrência presencial**

A futura licitação deverá ocorrer, em princípio, na modalidade **Concorrência Presencial**, em modo de disputa fechado, em razão das peculiaridades do procedimento previsto na Lei nº 12.232/2010.

O julgamento exige a apresentação de Plano de Comunicação Publicitária em via não identificada, acondicionado em invólucro padronizado e submetido à avaliação de Subcomissão Técnica sem conhecimento prévio da autoria.

O processo de Mauá justificou a forma presencial pela necessidade de preservar o anonimato da via não identificada e evitar que elementos digitais permitissem a identificação antecipada da agência, prevendo também a gravação das sessões em áudio e vídeo.

A motivação definitiva da forma presencial deverá constar do edital e do processo administrativo, acompanhada das providências de transparência exigidas pela Lei nº 14.133/2021.

**7.6 Critério de julgamento**

Será utilizado o critério de julgamento **Técnica e Preço**, por permitir a avaliação combinada:

- do Plano de Comunicação Publicitária;
- da estratégia proposta;
- da ideia criativa;
- da estratégia de mídia e não mídia;
- da capacidade de atendimento;
- do repertório;
- dos relatos de soluções de comunicação;
- dos descontos e honorários oferecidos.

A escolha apenas pelo menor preço seria incompatível com a natureza intelectual, estratégica e criativa do objeto, pois não permitiria aferir a qualidade, a efetividade e a aderência das soluções apresentadas.

Pinhão, Sarandi, Mauá e Pilar do Sul adotaram Técnica e Preço em contratações similares.

**7.7 Equipe técnica e estrutura de atendimento**

A agência deverá manter estrutura compatível com a natureza e o volume das demandas, abrangendo funções relacionadas a:

- atendimento;
- planejamento;
- criação;
- redação;
- direção de arte;
- design;
- mídia;
- produção;
- audiovisual;
- comunicação digital;
- gestão de projetos;
- análise de resultados.

Não deverá ser exigida a manutenção de escritório físico no Município como condição de participação, salvo se houver justificativa técnica específica. Contudo, a contratada deverá assegurar atendimento tempestivo por meios presenciais e remotos e comparecer a reuniões quando solicitado.

A substituição de profissionais indicados na proposta técnica somente deverá ocorrer por profissionais de qualificação equivalente ou superior, mediante comunicação e aprovação da Administração, conforme regras a serem detalhadas no Termo de Referência.

**7.8 Qualidade, correções e assistência técnica**

Embora o objeto não envolva assistência técnica típica de bens ou equipamentos, a solução exigirá suporte continuado durante toda a execução contratual.

A contratada deverá:

- corrigir, revisar ou adaptar peças sem custo adicional quando houver erro de sua responsabilidade;
- prestar suporte durante a produção, publicação e veiculação;
- acompanhar a execução dos serviços externos;
- solucionar falhas de arquivos, formatos, especificações ou envio;
- substituir materiais defeituosos ou incompatíveis;
- providenciar correções de veiculação quando tecnicamente possível;
- manter arquivos organizados e disponíveis;
- prestar esclarecimentos à fiscalização;
- assegurar suporte após a entrega quando necessário ao funcionamento ou à utilização da peça.

Os prazos para correções serão definidos conforme a complexidade e urgência de cada demanda.

**7.9 Direitos autorais, propriedade intelectual e arquivos**

A solução deverá prever regras claras sobre:

- cessão ou licenciamento dos direitos de uso;
- direitos autorais patrimoniais;
- direitos conexos;
- uso de imagem e voz;
- reutilização de peças;
- renovação de licenças;
- entrega de arquivos abertos e editáveis;

- guarda e transferência do acervo publicitário;
- utilização de fontes, imagens, trilhas e demais recursos licenciados.

O Município deverá possuir os direitos necessários à utilização das peças pelo prazo e nos meios contratados, sem prejuízo do reconhecimento dos direitos morais de autor.

Ao término do contrato, a agência deverá entregar o acervo, os arquivos finais, os materiais editáveis e os registros necessários à continuidade das ações institucionais, observados os direitos de terceiros.

**7.10 Proteção de dados, sigilo e segurança da informação**

A contratada deverá observar a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e proteger todos os dados, informações, credenciais, briefings, estratégias, arquivos e documentos acessados durante a execução.

O processo do CRM-PR inclui termo específico de manutenção de sigilo abrangendo informações institucionais, administrativas, estratégicas, dados pessoais, sistemas, arquivos e materiais publicitários.

A futura contratada deverá:

- utilizar os dados somente para a finalidade autorizada;
- restringir os acessos aos profissionais necessários;
- proteger credenciais e contas;
- comunicar incidentes;
- devolver ou eliminar informações ao final do contrato;
- manter confidencialidade mesmo após o encerramento da relação contratual.

**7.11 Sustentabilidade e acessibilidade**

A solução deverá privilegiar, sempre que técnica e economicamente adequado:

- conteúdos digitais;
- redução de impressões desnecessárias;
- materiais recicláveis ou certificados;
- racionalização dos formatos e tiragens;
- fornecedores com práticas socioambientais responsáveis;
- reaproveitamento de materiais;
- redução de resíduos;
- planejamento eficiente das produções;
- acessibilidade comunicacional.

As peças poderão contemplar, conforme pertinência:

- legendas;
- audiodescrição;
- interpretação em Libras;
- contraste adequado;
- linguagem simples;
- formatos acessíveis;
- textos alternativos em conteúdos digitais.

**7.12 Gestão e fiscalização**

A execução será acompanhada por gestor e fiscais formalmente designados, que deverão controlar:

- Ordens de Serviço;
- prazos;
- aprovações;
- custos;
- cotações;
- fornecedores;
- veículos;
- comprovantes;
- direitos autorais;
- resultados;
- documentos fiscais;

- saldo contratual.

O Mapa de Gerenciamento de Riscos deverá ser atualizado durante a seleção do fornecedor e a execução contratual. O modelo do CRM-PR identifica riscos como atrasos, qualidade técnica insuficiente, falhas de integração, dependência de profissionais-chave, perda de direitos autorais e dificuldades de comprovação da execução.

### 7.13 Justificativa técnica e econômica

A solução escolhida apresenta-se tecnicamente adequada porque concentra, em uma estrutura especializada, todas as competências necessárias ao planejamento e à execução integrada das campanhas públicas, mantendo sob responsabilidade do Município as decisões institucionais, a aprovação dos conteúdos e a fiscalização.

Sob o aspecto econômico, a contratação:

- evita a criação de estrutura própria permanente;
- reduz contratações isoladas;
- permite ganho de escala;
- utiliza preços unitários referenciais;
- possibilita competição sobre descontos e honorários;
- transfere à Administração as vantagens comerciais obtidas;
- elimina pagamento fixo por disponibilidade;
- condiciona o pagamento à execução efetiva;
- mantém flexibilidade para atender demandas variáveis;
- limita o dispêndio ao valor global estimado.

Dessa forma, conclui-se que a contratação de uma agência especializada, por Concorrência Presencial, com julgamento por Técnica e Preço e execução indireta, continuada e sob demanda, representa a solução mais eficiente, proporcional e economicamente vantajosa para atender às necessidades de publicidade institucional do Município de Palotina.

## VIII – JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO

**Fundamentação:** Justificativas para o parcelamento ou não da solução, se aplicável. **(art. 18 - § 1º inciso VIII da Lei 14.133/2021).**

O parcelamento não se aplica, pois, o objeto é indivisível.

Após análise das características técnicas do objeto e das soluções disponíveis no mercado, conclui-se que não se mostra tecnicamente recomendável o parcelamento da presente contratação, tendo em vista que os serviços de publicidade constituem solução integrada, composta por atividades interdependentes de natureza técnica, estratégica, intelectual e criativa, cuja adequada execução depende da atuação coordenada de uma única agência de propaganda.

Os serviços abrangem, de forma indissociável, o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa, produção de peças publicitárias, planejamento de mídia, contratação de fornecedores especializados, distribuição de publicidade aos veículos de comunicação e acompanhamento dos resultados das campanhas. A fragmentação dessas atividades entre diferentes contratadas comprometeria a unidade conceitual das campanhas, a padronização da identidade institucional, a integração entre planejamento e execução, além de aumentar significativamente a complexidade da gestão contratual e da fiscalização.

Sob o aspecto econômico, o parcelamento também não se mostra vantajoso, pois acarretaria a celebração de múltiplos contratos, aumento dos custos administrativos, duplicidade de procedimentos de gestão, maior risco de incompatibilidade entre peças e campanhas, dificuldades na definição de responsabilidades e perda de eficiência operacional.

O levantamento de mercado realizado demonstrou que as contratações similares promovidas por órgãos e entidades da Administração Pública, como os Municípios de Sarandi/PR, Pinhão/PR, Pilar do Sul/SP, Mauá/SP e Balneário Rincão/SC, bem como pelo Conselho Regional de Medicina do Estado do Paraná (CRM-PR), adotaram a contratação integrada de agência de propaganda, observando o modelo previsto na Lei Federal nº 12.232/2010, justamente em razão da natureza indivisível dos serviços de publicidade.

Dessa forma, conclui-se que o objeto deve ser adjudicado globalmente, mediante a contratação de uma única agência de propaganda, solução que assegura maior eficiência, economicidade, padronização da comunicação institucional, melhor governança contratual e observância ao modelo legal estabelecido pela Lei Federal nº 12.232/2010, atendendo plenamente ao interesse público e aos princípios da Administração Pública.

## IX - DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

**Fundamentação:** Resultados pretendidos, em termos de efetividade e de desenvolvimento nacional sustentável; **(art. 18 - § 1º inciso IX da Lei 14.133/2021)**.

A presente contratação tem como objetivo assegurar a continuidade e o aperfeiçoamento da comunicação institucional do Município de Palotina, proporcionando maior eficiência na divulgação das ações governamentais, dos programas, dos serviços públicos, das campanhas educativas, dos atos oficiais e das informações de interesse coletivo, fortalecendo a transparência da Administração Pública e ampliando o acesso da população às informações produzidas pelo Poder Público.

A contratação da agência de propaganda permitirá que o Município desenvolva ações de comunicação de forma estratégica, integrada e profissional, promovendo maior efetividade na execução das políticas públicas e garantindo que as informações cheguem à população por meio dos canais e formatos mais adequados a cada público-alvo.

Além disso, a contratação contribuirá para a melhoria da gestão administrativa, reduzindo a necessidade de contratações fragmentadas de serviços relacionados à publicidade, centralizando o planejamento, a criação, a produção, a execução e a distribuição das campanhas em uma única estrutura especializada, proporcionando maior controle, padronização, economicidade e eficiência operacional.

Sob o aspecto econômico, pretende-se obter maior racionalização dos recursos públicos, mediante planejamento prévio das campanhas, utilização de estratégias de mídia adequadas, negociação técnica junto aos veículos de comunicação, otimização dos investimentos realizados e fiscalização contínua da execução contratual, garantindo que os recursos destinados à publicidade institucional produzam resultados compatíveis com o interesse público.

Também se busca ampliar a utilização de ferramentas digitais e de tecnologias de comunicação, favorecendo meios de divulgação de maior alcance, menor custo operacional e maior capacidade de mensuração dos resultados, sem prejuízo da utilização de mídias tradicionais quando estas se mostrarem tecnicamente mais adequadas para determinados públicos ou campanhas.

No aspecto institucional, pretende-se fortalecer a identidade da Administração Municipal, padronizando a comunicação governamental, promovendo maior uniformidade visual e estratégica entre as diversas Secretarias Municipais e assegurando que todas as ações de divulgação observem os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Os resultados esperados com a contratação compreendem, dentre outros:

- garantir a continuidade dos serviços de publicidade institucional do Município;
- ampliar a divulgação das ações, programas, obras, serviços e políticas públicas municipais;
- fortalecer a transparência administrativa e o acesso da população às informações de interesse coletivo;
- melhorar a comunicação entre a Administração Municipal e a sociedade;
- aumentar o alcance e a efetividade das campanhas educativas e de utilidade pública;
- ampliar a presença institucional do Município nos meios de comunicação tradicionais e digitais;
- padronizar a identidade visual e a comunicação institucional da Administração Municipal;
- otimizar a aplicação dos recursos públicos destinados à publicidade institucional;
- proporcionar maior eficiência na gestão, fiscalização e execução dos serviços de publicidade;
- possibilitar o acompanhamento e a avaliação dos resultados das campanhas por meio de indicadores de desempenho e relatórios técnicos;
- promover maior integração entre as Secretarias Municipais na execução das ações de comunicação;
- fortalecer a imagem institucional do Município perante a população, investidores, visitantes e demais públicos de interesse;
- incentivar o uso de soluções inovadoras e tecnologias voltadas à comunicação pública;

- assegurar o cumprimento das normas estabelecidas pela Lei Federal nº 12.232/2010 e pela Lei Federal nº 14.133/2021.

Espera-se, ainda, que a futura contratação contribua para uma comunicação pública mais eficiente, acessível e transparente, permitindo que a população tenha conhecimento tempestivo das ações desenvolvidas pelo Município, favorecendo o exercício da cidadania, a participação social e o fortalecimento da confiança da sociedade na Administração Pública.

Por fim, a solução adotada está alinhada aos princípios da eficiência, economicidade, transparência, planejamento e desenvolvimento sustentável, privilegiando a utilização racional dos recursos públicos, o fortalecimento dos meios digitais de comunicação, a redução de desperdícios de materiais impressos sempre que possível e a adoção de práticas que proporcionem melhor relação entre custo e benefício durante toda a execução contratual.

## X – PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

**Fundamentação:** Providências a serem adotadas pela administração previamente à celebração do contrato, inclusive quanto à capacitação de servidores ou de empregados para fiscalização e gestão contratual ou adequação do ambiente da organização; **(art. 18 - § 1º inciso X da Lei 14.133/2021).**

A adequada execução dos serviços de publicidade institucional exige que a Administração Municipal adote previamente à celebração do contrato uma série de providências administrativas, técnicas e operacionais, destinadas a garantir a correta gestão, fiscalização e acompanhamento da futura contratação.

Em razão da natureza estratégica, técnica e continuada dos serviços de publicidade, torna-se indispensável que o Município estabeleça procedimentos internos padronizados para solicitação, aprovação, acompanhamento, fiscalização e recebimento dos serviços, assegurando que todas as ações de comunicação institucional sejam executadas de forma planejada, transparente, eficiente e em conformidade com a legislação vigente.

Dessa forma, deverão ser adotadas, previamente ao início da execução contratual, as seguintes providências:

**I –** concluir todas as etapas do procedimento licitatório, observando as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 14.133/2021 e demais normas aplicáveis;

**II –** manter regularmente constituídas a Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento das propostas técnicas, observando os requisitos legais quanto à composição, publicidade, imparcialidade e impedimentos;

**III –** concluir a elaboração, análise jurídica e aprovação do Termo de Referência, Edital, Minuta Contratual e demais documentos que integrarão o procedimento licitatório;

**IV –** designar formalmente o Gestor do Contrato e os Fiscais Técnico e Administrativo, responsáveis pelo acompanhamento da execução contratual, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021;

**V –** promover a capacitação dos servidores responsáveis pela gestão e fiscalização do contrato, especialmente quanto às peculiaridades da Lei Federal nº 12.232/2010, procedimentos de autorização de campanhas, análise de propostas de mídia, conferência da execução dos serviços, fiscalização da produção, verificação da veiculação, conferência dos documentos comprobatórios e controle da execução financeira;

**VI –** estabelecer fluxo interno para recebimento, consolidação, aprovação e encaminhamento das demandas oriundas das Secretarias Municipais, padronizando os procedimentos de comunicação institucional;

**VII –** elaborar modelos padronizados de Briefing, Ordem de Serviço, Solicitação de Produção, Solicitação de Veiculação, Relatório de Execução, Relatório de Mídia, Termo de Recebimento dos Serviços e demais instrumentos necessários à gestão contratual;

**VIII –** definir critérios objetivos para acompanhamento da execução dos serviços, controle dos prazos, avaliação dos resultados das campanhas e fiscalização da execução contratual, os quais subsidiarão o Instrumento de Medição de Resultados (IMR), quando adotado;

**IX** – disponibilizar à futura contratada os manuais, normas, logotipos, identidade visual institucional, arquivos gráficos, documentos e demais informações necessárias ao início da execução dos serviços;

**X** – verificar a existência de dotação orçamentária suficiente e promover as respectivas reservas orçamentárias para atendimento das despesas decorrentes da contratação;

**XI** – estruturar os mecanismos de controle administrativo do contrato, compreendendo o acompanhamento do saldo contratual, controle das Ordens de Serviço, fiscalização da execução financeira, conferência dos documentos fiscais, comprovantes de produção, comprovantes de veiculação e relatórios técnicos;

**XII** – organizar sistema de arquivamento físico e digital dos documentos produzidos durante a execução contratual, garantindo a rastreabilidade das campanhas, das peças publicitárias, dos fornecedores, dos veículos de comunicação, das aprovações administrativas e dos pagamentos realizados.

Ressalta-se que a Administração Municipal **já dispõe da estrutura física necessária** para acompanhamento e fiscalização da futura contratação, não sendo identificada a necessidade de obras civis, adaptações prediais, aquisição de equipamentos específicos ou intervenções estruturais para viabilizar a execução dos serviços.

As providências anteriormente descritas possuem caráter organizacional e visam fortalecer a governança da contratação, reduzir riscos operacionais, padronizar procedimentos internos, aumentar a eficiência da fiscalização e assegurar a adequada aplicação dos recursos públicos destinados à comunicação institucional.

**Providências Prévias à Celebração do Contrato**

| Providência | Responsável | Momento de Execução |
|---|---|---|
| **Conclusão do procedimento licitatório** | Comissão de Contratação | Antes da homologação da licitação |
| **Constituição e regular funcionamento da Subcomissão Técnica** | Autoridade Competente | Antes da abertura das propostas técnicas |
| **Aprovação do Termo de Referência, Edital e Minuta Contratual** | Secretaria Municipal de Administração / Procuradoria Jurídica | Antes da publicação do edital |
| **Designação formal do Gestor e dos Fiscais do Contrato** | Autoridade Competente | Antes da assinatura do contrato |
| **Capacitação dos servidores responsáveis pela gestão e fiscalização** | Secretaria Municipal de Administração | Antes do início da execução contratual |
| **Padronização dos Briefings, Ordens de Serviço e formulários administrativos** | Unidade responsável pela Comunicação Institucional | Antes da emissão da primeira demanda |
| **Definição dos indicadores de desempenho e critérios de fiscalização** | Gestor do Contrato | Antes do início da execução |
| **Disponibilização da identidade visual institucional, arquivos e materiais oficiais** | Unidade responsável pela Comunicação Institucional | Antes da primeira campanha |
| **Verificação da disponibilidade orçamentária e financeira** | Secretaria Municipal de Finanças | Antes da assinatura do contrato |
| **Implantação dos controles administrativos e financeiros do contrato** | Gestor e Fiscal do Contrato | Antes da emissão da primeira Ordem de Serviço |
| **Organização do sistema de arquivamento das campanhas, peças e comprovantes** | Gestor e Fiscal do Contrato | Durante a implantação da contratação |

A adoção das providências descritas neste capítulo permitirá que a futura contratação seja iniciada com adequada estrutura de gestão, fiscalização e controle, reduzindo riscos administrativos, garantindo maior eficiência na execução dos serviços e fortalecendo os princípios da legalidade, planejamento, transparência, economicidade e eficiência previstos na Lei Federal nº 14.133/2021 e na Lei Federal nº 12.232/2010.

A implementação dessas medidas também contribuirá para maior segurança jurídica da contratação, padronização dos procedimentos internos, melhoria da comunicação entre as Secretarias Municipais e aperfeiçoamento da fiscalização contratual, assegurando que os serviços de publicidade institucional sejam executados com qualidade, efetividade e foco no interesse público.

## XI – CONSTRAÇÕES CORRELATAS E OU INTERDEPENDENTES

**Fundamentação:** Contratações correlatas e/ou interdependentes. **(art. 18 - § 1º inciso XI da Lei 14.133/2021)**.

No planejamento da presente contratação foi realizada análise acerca da existência de contratos, aquisições ou serviços que possam possuir relação de complementaridade ou dependência com o objeto pretendido, visando garantir adequada integração entre as contratações da Administração Municipal, evitar sobreposição de objetos e assegurar maior eficiência na aplicação dos recursos públicos.

Verificou-se que **não existem contratações interdependentes** cuja execução constitua condição indispensável para o início ou continuidade da futura contratação de serviços de publicidade institucional. Dessa forma, a execução do objeto poderá ocorrer de maneira autônoma, independentemente da celebração de outros contratos.

Entretanto, identificam-se **contratações correlatas**, as quais poderão ser utilizadas de forma complementar durante a execução das campanhas publicitárias, sempre que houver necessidade e desde que observadas as respectivas competências contratuais e a legislação vigente.

Dentre essas contratações destacam-se:

i. serviços de impressão gráfica destinados à produção de materiais institucionais, quando não abrangidos pela contratação de publicidade;
ii. serviços de locação de equipamentos audiovisuais, sonorização, iluminação e estruturas para eventos institucionais;
iii. contratação de empresas para organização e execução de eventos promovidos pelo Município;
iv. serviços de fotografia, filmagem, transmissão e cobertura de eventos oficiais, quando contratados de forma específica;
v. contratação de plataformas digitais, softwares ou ferramentas de comunicação institucional, quando não integradas às atividades da agência de propaganda;
vi. contratos de tecnologia da informação relacionados ao Portal Oficial do Município, aplicativos, sistemas eletrônicos e demais canais oficiais de comunicação;
vii. contratos destinados à publicação legal de atos oficiais, editais, avisos e demais publicações obrigatórias previstas em legislação específica, quando não caracterizadas como serviços de publicidade institucional;
viii. demais contratações de apoio necessárias ao desenvolvimento das políticas públicas municipais.

Ressalta-se que tais contratações possuem natureza distinta da presente licitação e não substituem os serviços técnicos especializados de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, disciplinados pela Lei Federal nº 12.232/2010.

Durante a execução contratual, caberá ao Gestor e aos Fiscais do Contrato promover a adequada integração entre os serviços eventualmente contratados, evitando duplicidade de despesas, sobreposição de objetos, conflitos de competência e utilização inadequada dos recursos públicos.

Conclui-se, portanto, que a presente contratação não depende da celebração de outros contratos para sua execução, existindo apenas contratações correlatas que poderão atuar de forma complementar, observadas as necessidades da Administração Municipal, os limites de cada instrumento contratual e os princípios da eficiência, economicidade, planejamento e interesse público.

## XII – IMPACTOS AMBIENTAIS

**Fundamentação:** Possíveis impactos ambientais e respectivas medidas de tratamento. **(art. 18 - § 1º inciso XII da Lei 14.133/2021).** Descrição de possíveis impactos ambientais e respectivas medidas mitigadoras, incluídos requisitos de baixo consumo de energia e de outros recursos, bem como logística reversa para desfazimento e reciclagem de bens e refugos, quando aplicável.

A contratação pretendida possui natureza predominantemente intelectual, estratégica e técnica, não envolvendo processos industriais, obras, intervenções físicas ou fornecimento contínuo de bens capazes de gerar impactos ambientais significativos.

Entretanto, durante a execução dos serviços de publicidade institucional poderão ocorrer impactos ambientais indiretos decorrentes da produção de materiais gráficos, utilização de equipamentos audiovisuais, consumo de energia elétrica, deslocamentos para cobertura de eventos, produção de peças publicitárias e utilização de insumos por fornecedores especializados.

Dessa forma, buscando compatibilizar a futura contratação com os princípios do desenvolvimento sustentável previstos na Lei Federal nº 14.133/2021, deverão ser observadas, sempre que técnica e economicamente viáveis, as seguintes medidas mitigadoras:

**I – Redução do consumo de materiais impressos**

Priorizar a produção e distribuição de conteúdo em meios digitais, reduzindo a impressão de materiais físicos sempre que a finalidade da campanha puder ser atendida por plataformas eletrônicas, redes sociais, sítios oficiais, aplicativos, painéis digitais e demais meios tecnológicos.

**II – Utilização racional de recursos naturais**

Nas hipóteses em que houver necessidade de produção gráfica, deverá ser priorizada, sempre que possível:

- utilização de papel proveniente de manejo florestal sustentável ou certificado;
- utilização de papéis reciclados quando compatíveis com a finalidade da peça;
- redução de desperdícios durante os processos de impressão;
- dimensionamento adequado das tiragens, evitando excedentes desnecessários.

**III – Eficiência energética**

Sempre que possível, deverão ser adotadas soluções tecnológicas que promovam menor consumo de energia durante a produção audiovisual, edição, armazenamento digital e execução das campanhas, priorizando equipamentos de maior eficiência energética.

**V – Redução da geração de resíduos**

Os fornecedores envolvidos na produção das campanhas deverão adotar boas práticas de gerenciamento de resíduos, buscando reduzir perdas de materiais, reaproveitar insumos tecnicamente possíveis e destinar adequadamente os resíduos eventualmente gerados.

Quando aplicável, deverão ser observadas as normas ambientais relativas à destinação de resíduos gráficos, eletrônicos, plásticos, metálicos, madeiras, lonas, banners e demais materiais utilizados nas ações publicitárias.

**V – Preferência por soluções digitais**

A Administração buscará incentivar a utilização de ferramentas digitais de comunicação institucional, sempre que essas soluções forem capazes de atingir os objetivos da campanha com menor consumo de recursos naturais, menor geração de resíduos e maior alcance da informação.

Essa diretriz também contribui para maior economicidade, rapidez na divulgação das informações públicas e melhor mensuração dos resultados das campanhas.

**VI – Contratação de fornecedores ambientalmente responsáveis**

Sempre que houver contratação de fornecedores especializados para produção gráfica, audiovisual ou demais serviços correlatos, a futura contratada deverá, sempre que possível, priorizar empresas que adotem práticas de responsabilidade ambiental compatíveis com a legislação vigente.

**VII – Uso consciente de materiais promocionais**

Nos casos em que houver necessidade de produção de brindes institucionais, materiais promocionais ou itens destinados a campanhas específicas, deverão ser priorizados produtos:

- recicláveis;
- reutilizáveis;
- biodegradáveis, quando tecnicamente possível;
- de maior durabilidade;
- produzidos com menor geração de resíduos.

**VIII – Comunicação voltada à sustentabilidade**

Sempre que compatível com os objetivos institucionais da Administração, as campanhas poderão incentivar práticas relacionadas à preservação ambiental, educação ambiental, coleta seletiva, uso racional dos recursos naturais, reciclagem, proteção da fauna, proteção das nascentes, arborização urbana, limpeza pública e demais ações de interesse ambiental desenvolvidas pelo Município.

Dessa forma, a própria contratação poderá contribuir para ampliar a conscientização ambiental da população.

**Quadro 03 – Possíveis Impactos Ambientais e Medidas Mitigadoras**

| Possível Impacto Ambiental | Medida Mitigadora |
|---|---|
| **Consumo de papel e materiais gráficos** | Priorizar mídias digitais e reduzir impressões desnecessárias |
| **Geração de resíduos de impressão** | Dimensionar corretamente as tiragens e incentivar reciclagem dos materiais |
| **Consumo de energia em produções audiovisuais** | Utilizar equipamentos energeticamente eficientes sempre que possível |
| **Resíduos provenientes de banners, lonas e materiais promocionais** | Destinação ambientalmente adequada e incentivo ao reaproveitamento dos materiais |
| **Consumo de combustíveis em deslocamentos** | Planejamento logístico das produções e otimização dos deslocamentos |
| **Utilização de fornecedores externos** | Priorizar empresas que adotem práticas ambientalmente responsáveis |
| **Produção de materiais promocionais** | Priorizar materiais recicláveis, reutilizáveis ou biodegradáveis, quando tecnicamente viáveis |
| **Divulgação institucional** | Priorizar canais digitais sempre que compatíveis com os objetivos da campanha |

Considerando a natureza do objeto, conclui-se que a futura contratação não apresenta potencial de geração de impactos ambientais significativos, sendo os eventuais impactos classificados como indiretos e de baixa magnitude.

As medidas mitigadoras previstas neste Estudo Técnico Preliminar são suficientes para minimizar os efeitos ambientais decorrentes da execução contratual, estimulando o uso racional dos recursos naturais, a redução da geração de resíduos, a adoção de tecnologias digitais, a melhoria da eficiência operacional e a incorporação de práticas sustentáveis durante toda a vigência do contrato.

A adoção dessas medidas encontra-se alinhada aos princípios do desenvolvimento nacional sustentável previstos no Art. 5º da Lei Federal nº 14.133/2021, contribuindo para que a comunicação institucional do Município seja realizada de forma ambientalmente responsável, economicamente eficiente e socialmente comprometida com o interesse público.

## XIII – VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

**Fundamentação:** Posicionamento conclusivo sobre a viabilidade e razoabilidade da contratação. **(art. 18 - § 1º inciso XI da Lei 14.133/2021).** Posicionamento conclusivo sobre a adequação da contratação para o atendimento da necessidade a que se destina.

Após a realização do presente Estudo Técnico Preliminar, conclui-se que a contratação pretendida se mostra tecnicamente, operacionalmente, economicamente, juridicamente e orçamentariamente viável, constituindo a solução mais adequada para atender às necessidades de comunicação institucional do Município de Palotina.

Os estudos desenvolvidos demonstraram que a contratação de agência de propaganda especializada, mediante Concorrência, com critério de julgamento Técnica e Preço, representa a alternativa que melhor atende ao interesse público, considerando a natureza predominantemente intelectual, estratégica e criativa dos serviços de publicidade, disciplinados pela Lei Federal nº 12.232/2010.

O levantamento de mercado realizado evidenciou que a solução adotada é amplamente utilizada por órgãos e entidades da Administração Pública, tendo sido identificadas contratações semelhantes promovidas pelo Conselho Regional de Medicina do Estado do Paraná (CRM-PR) e pelos Municípios de Balneário Rincão/SC, Mauá/SP, Pilar do Sul/SP, Pinhão/PR e Sarandi/PR, todos adotando procedimento licitatório compatível com a legislação específica aplicável aos serviços de publicidade. Essa constatação reforça a viabilidade técnica da solução e demonstra sua aceitação pelas Administrações Públicas e pelos órgãos de controle.

Sob o aspecto operacional, verificou-se que a Administração Municipal dispõe da estrutura necessária para gerir e fiscalizar a futura contratação, sendo suficientes as providências organizacionais previstas neste Estudo Técnico Preliminar, especialmente quanto à designação de gestor e fiscais do contrato, à definição dos fluxos internos de comunicação, à padronização dos instrumentos administrativos e ao acompanhamento da execução contratual.

Sob o aspecto econômico, a estimativa global de R$ 850.000,08 mostrou-se compatível com o histórico de execução do contrato vigente, com as Notas de Autorização de Despesa analisadas, com a projeção da demanda para os próximos exercícios e com os valores observados em contratações similares realizadas por outros órgãos públicos. Ressalta-se que referido valor possui natureza meramente estimativa, não gerando obrigação de execução integral, sendo a remuneração da futura contratada condicionada exclusivamente aos serviços efetivamente solicitados, autorizados, executados, comprovados e recebidos pela Administração Municipal.

Sob o aspecto orçamentário, a contratação encontra respaldo no planejamento da Administração Municipal e será executada mediante disponibilidade de recursos orçamentários próprios, observando-se as dotações consignadas para as despesas com publicidade institucional, bem como as normas da Lei Complementar nº 101/2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal), da Lei Federal nº 4.320/1964 e da Lei Federal nº 14.133/2021.

Também restou demonstrado que a contratação contribuirá para o fortalecimento da transparência pública, da comunicação governamental, da publicidade dos atos administrativos, da divulgação das políticas públicas, das campanhas educativas, dos serviços municipais e das ações de interesse coletivo, promovendo maior aproximação entre a Administração Pública e a sociedade.

Importante destacar que a futura contratação não acarretará vínculo empregatício entre os profissionais da contratada e o Município de Palotina, inexistindo qualquer relação de pessoalidade, subordinação direta ou exclusividade, competindo à futura contratada a integral responsabilidade pela direção técnica, administrativa, trabalhista, previdenciária, tributária e civil de seus empregados, colaboradores e prestadores de serviços.

Do mesmo modo, a contratação não demanda intervenções estruturais, obras civis ou investimentos adicionais em infraestrutura física por parte da Administração Municipal, sendo plenamente compatível com a estrutura atualmente existente.

Considerando todos os elementos técnicos apresentados neste Estudo Técnico Preliminar, conclui-se que a solução escolhida atende aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, planejamento, economicidade, transparência, competitividade e desenvolvimento nacional sustentável, revelando-se adequada e suficiente para suprir as necessidades de comunicação institucional do Município de Palotina.

Diante dos estudos realizados, conclui-se que a contratação pretendida revela-se tecnicamente adequada, juridicamente possível, operacionalmente viável e economicamente justificável, constituindo a solução que melhor atende ao interesse público, aos princípios da eficiência, economicidade, transparência e continuidade dos serviços públicos, observadas as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, da Lei Federal nº 14.133/2021

**Histórico de Revisões**

| Data | Versão | Descrição | Autor |
|---|---|---|---|
| 15/07/2026 | 1.0 | Finalização da primeira versão do documento | Renato J. Simioni |

Palotina, 15 de julho de 2026.

Equipe responsável pela elaboração:

*- Assinado digitalmente -*
**Renato J. Simioni**
**Chefe de gabinete da Secretaria de Administração**

Aprovação:
O presente Estudo Técnico Preliminar já assinado pelos responsáveis por sua elaboração, fica devidamente aprovado pela autoridade competente.

*- Assinado digitalmente -*
**Sr. Hederson Giacomini**
Secretário de Administração

*- Assinado digitalmente -*
**Rodrigo Ribeiro**
**Prefeito Municipal**

## ANEXO III - BRIEFING

**1** O Briefing reúne as informações necessárias à elaboração das Propostas e, portanto, atende às exigências do Projeto Básico a que se refere a Lei nº 14.133/2021.

**2 BRIEFING:** A agência licitante deverá criar uma campanha publicitária simulada, usando metodologia própria e o conteúdo dos atuais instrumentos de comunicação publicitária, inclusive pesquisas de mercado e de audiência, se disponíveis, considerando o enunciado no briefing.

**2.1 Órgão público realizador:** Prefeitura de Palotina
**2.2 Nome da Campanha:** (será definido pela agência proponente)
**2.3 Período previsto para a realização: do 30º** dia do mês de Outubro de 2026 até o 30º dia do mês de novembro de 2026.
**2.4 Público alvo:** Alcance local, a campanha deve atingir todas as classes
**2.5 Orçamento:** R$ 200.000,00 (duzentos mil reais) incluindo-se todas as despesas necessárias para a execução desde a criação e produção até a mídia conforme edital.
**2.6 Objetivo principal: Posse responsável e redução do abandono de cães e gatos no município de Palotina**

## 1. SITUAÇÃO GERAL

### 1.1 Contexto Institucional

O Município de Palotina, localizado na região Oeste do Estado do Paraná, destaca-se pelo desenvolvimento econômico, pela forte vocação agroindustrial e pela qualidade dos serviços públicos oferecidos à população. Com aproximadamente 37,4 mil habitantes, apresenta elevado índice de urbanização e mantém políticas públicas voltadas ao desenvolvimento sustentável, à qualidade de vida e ao bem-estar coletivo.

Como ente da Administração Pública Municipal, compete ao Município promover ações de interesse público que contribuam para a melhoria da qualidade de vida da população, abrangendo áreas como saúde, educação, assistência social, meio ambiente, infraestrutura, cultura, esporte e proteção animal.

Nos últimos anos, o bem-estar animal passou a ocupar posição de destaque entre as políticas públicas municipais, diante da crescente conscientização da sociedade acerca da guarda responsável, da prevenção dos maus-tratos e da necessidade de adoção de medidas voltadas ao controle populacional de cães e gatos.

Nesse contexto, o Município desenvolve e apoia ações relacionadas à proteção animal, incluindo campanhas de castração, atendimento veterinário em programas específicos, incentivo à adoção responsável, fiscalização de denúncias de maus-tratos e outras iniciativas destinadas à promoção da saúde e do bem-estar dos animais, em conformidade com a legislação vigente e com os princípios da saúde única, que reconhecem a interdependência entre a saúde humana, animal e ambiental.

Apesar dos avanços obtidos, a efetividade dessas políticas públicas depende diretamente da participação da sociedade. A conscientização da população sobre a importância da posse responsável, da identificação dos animais, da castração, da adoção consciente e do combate ao abandono constitui elemento essencial para a redução dos problemas relacionados aos animais em situação de rua e para a construção de uma cidade mais saudável, segura e sustentável.

Dessa forma, a comunicação pública desempenha papel estratégico na promoção de mudanças de comportamento, na disseminação de informações de interesse coletivo e no fortalecimento da corresponsabilidade entre o Poder Público e a comunidade na proteção e no bem-estar animal.

### 1.2 Contexto do problema

O abandono de cães e gatos constitui um desafio recorrente em diversos municípios brasileiros e representa uma questão que envolve saúde pública, meio ambiente, segurança, bem-estar animal e responsabilidade social. Em Palotina, assim como em outras cidades de porte semelhante, a presença de animais em situação de rua evidencia a necessidade de fortalecimento das ações de conscientização da população quanto à posse responsável e aos deveres inerentes à tutela de animais domésticos.

Grande parte dessa realidade está relacionada a fatores como abandono, reprodução descontrolada, ausência de identificação dos animais, baixa adesão às práticas de esterilização, falta de planejamento para a guarda responsável e desconhecimento das responsabilidades legais e éticas dos tutores. Como consequência, observa-se a permanência de cães e gatos em vias públicas, praças e demais espaços urbanos, sujeitos a condições inadequadas de sobrevivência e expostos a riscos constantes.

Além do sofrimento animal, essa situação pode ocasionar acidentes de trânsito, ataques a pessoas e outros animais, disseminação de zoonoses, impactos sobre a fauna silvestre e o meio ambiente, bem como aumento da demanda por serviços públicos relacionados ao atendimento veterinário, fiscalização, recolhimento de animais e desenvolvimento de políticas públicas de proteção animal.

Embora o Poder Público desenvolva ações voltadas à proteção e ao bem-estar animal, a solução desse desafio depende da participação ativa da sociedade. A mudança de comportamento da população, especialmente quanto à posse responsável, à prevenção do abandono, à adoção consciente, à identificação dos animais e ao incentivo à esterilização, constitui fator indispensável para a construção de soluções permanentes e sustentáveis.

Nesse contexto, a comunicação pública assume papel estratégico ao promover informação qualificada, sensibilização social e estímulo à corresponsabilidade entre Poder Público e comunidade, contribuindo para a formação de uma cultura de respeito aos animais e de compromisso coletivo com o bem-estar animal.

### 1.3 Ações já existentes

O Município de Palotina desenvolve, de forma contínua, ações e iniciativas voltadas à promoção da proteção e do bem-estar animal, buscando prevenir o abandono, incentivar a guarda responsável e contribuir para o controle populacional de cães e gatos.

Entre as principais iniciativas destacam-se a realização de programas de esterilização, ações de incentivo à adoção responsável, atendimento veterinário em programas específicos, fiscalização de denúncias relacionadas a maus-tratos, recolhimento de animais nas hipóteses previstas pela legislação e ações de educação e conscientização junto à comunidade.

Essas iniciativas demonstram o compromisso do Município com a promoção do bem-estar animal e com a construção de soluções sustentáveis para a temática. Entretanto, considerando que grande parte dos fatores que contribuem para o abandono e para a presença de animais em situação de rua está relacionada ao comportamento humano, observa-se que a atuação do Poder Público, embora indispensável, necessita ser acompanhada de maior engajamento e participação da sociedade.

Nesse cenário, a comunicação pública assume papel essencial para ampliar o alcance das informações, sensibilizar a população e estimular mudanças de comportamento capazes de fortalecer a cultura da posse responsável, da prevenção ao abandono, da adoção consciente e do respeito aos animais.

## 2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Apesar das ações desenvolvidas pelo Município de Palotina voltadas à proteção e ao bem-estar animal, ainda persistem desafios relacionados ao abandono de cães e gatos, à reprodução descontrolada, à permanência de animais em situação de rua e à necessidade de fortalecimento da cultura da posse responsável.

Embora o Poder Público exerça papel fundamental na implementação de políticas públicas voltadas à proteção animal, a efetividade dessas ações depende diretamente da participação da sociedade e da adoção de comportamentos responsáveis por parte dos tutores e da comunidade em geral.

Nesse contexto, a comunicação pública deve atuar como instrumento de conscientização, mobilização e transformação social, contribuindo para ampliar o conhecimento da população sobre seus deveres, incentivar atitudes responsáveis e estimular o engajamento coletivo na busca por soluções permanentes para a proteção e o bem-estar animal.

Diante desse cenário, as licitantes deverão desenvolver uma campanha institucional de comunicação pública voltada à sensibilização da população para a importância da posse responsável de cães e gatos, promovendo valores relacionados ao respeito aos animais, à prevenção do abandono, à adoção consciente, ao controle populacional ético, à identificação dos animais e à corresponsabilidade entre cidadãos e Poder Público.

A proposta deverá apresentar uma estratégia de comunicação integrada, capaz de dialogar com diferentes públicos, utilizando soluções criativas, acessíveis e compatíveis com a realidade do Município, de forma a estimular mudanças de comportamento e fortalecer a participação da sociedade na promoção do bem-estar animal.

Para fins de elaboração da Proposta Técnica, deverão ser observadas as diretrizes, os objetivos, o público-alvo, a verba referencial e as demais informações constantes neste Briefing.

## 3. OBJETIVOS

### Objetivo Geral

Desenvolver uma campanha institucional de comunicação pública capaz de promover mudanças de comportamento da população em relação à posse responsável de cães e gatos, sensibilizando os cidadãos para a importância da proteção animal, da prevenção ao abandono e da corresponsabilidade entre Poder Público e sociedade na promoção do bem-estar animal.

### Objetivos específicos

A campanha deverá buscar, de forma integrada, os seguintes objetivos:

- sensibilizar a população quanto à importância da posse responsável de cães e gatos;
- incentivar a adoção responsável como alternativa ao abandono e à aquisição impulsiva de animais;
- conscientizar os tutores sobre seus deveres legais, éticos e sociais relacionados ao cuidado permanente dos animais;
- estimular práticas que contribuam para o controle populacional ético de cães e gatos, incluindo a esterilização e outras medidas preventivas;
- incentivar a identificação dos animais como ferramenta de guarda responsável e de prevenção ao abandono;
- fortalecer a conscientização sobre a prevenção dos maus-tratos e incentivar a utilização dos canais competentes para denúncias, quando cabíveis;
- promover a valorização da convivência responsável entre pessoas e animais, destacando os benefícios sociais, ambientais e de saúde pública decorrentes da proteção animal;
- estimular o engajamento da comunidade na construção de soluções coletivas voltadas ao bem-estar animal;
- fortalecer a percepção do Município como promotor de políticas públicas de interesse coletivo relacionadas à proteção e ao bem-estar animal.

## 4. DIRETRIZES

As licitantes deverão desenvolver uma proposta de campanha institucional que apresente solução estratégica de comunicação compatível com os objetivos estabelecidos neste Briefing, observando os princípios da comunicação pública, da criatividade, da eficiência, da acessibilidade e do interesse coletivo.

A proposta deverá demonstrar coerência entre o diagnóstico apresentado, os objetivos da campanha, o conceito criativo, as estratégias de comunicação, a seleção dos meios e das peças publicitárias, a aplicação da verba referencial e os resultados pretendidos.

Na elaboração da campanha, as licitantes terão liberdade para definir as estratégias de comunicação, os conceitos criativos, a identidade visual, as mensagens, os formatos das peças e os meios de divulgação que entenderem mais adequados ao alcance dos objetivos propostos, desde que observadas as disposições deste Briefing.

A campanha poderá contemplar, isolada ou conjuntamente, diferentes canais, formatos e instrumentos de comunicação, tais como:

- redes sociais;
- plataformas digitais;
- vídeos institucionais;
- rádio;
- televisão;
- mídia exterior (outdoors, painéis, mobiliário urbano e similares);
- materiais gráficos e educativos;
- ações presenciais;
- ações presenciais e ativações de comunicação diretamente vinculadas à campanha, desde que compatíveis com o objeto publicitário e não caracterizem contratação autônoma de eventos;
- ações em escolas e instituições de ensino;

- parcerias com entidades da sociedade civil;
- influenciadores digitais;
- plataformas, páginas ou ambientes digitais específicos;
- QR Codes e recursos interativos;
- ferramentas baseadas em inteligência artificial;
- outros meios e soluções inovadoras compatíveis com os objetivos da campanha.

As soluções propostas deverão priorizar linguagem clara, acessível e inclusiva, considerando a diversidade dos públicos envolvidos e buscando maximizar o alcance, a compreensão da mensagem e o potencial de engajamento da população.

As licitantes poderão propor ações complementares que ampliem a efetividade da campanha, desde que compatíveis com a verba referencial estabelecida neste Briefing e com os princípios da comunicação pública.

## 5. PÚBLICO-ALVO

A campanha deverá ser desenvolvida considerando diferentes segmentos da população, de modo a ampliar seu alcance e potencial de sensibilização, observando as especificidades de cada público e a adequação das estratégias de comunicação.

### 5.1 Público Primário

Constituem o público prioritário da campanha:

- tutores atuais de cães e gatos;
- pessoas que pretendam adquirir ou adotar animais de estimação;
- famílias responsáveis pela guarda de animais domésticos.

### 5.2 Público Secundário

Constituem públicos de apoio e de influência para o alcance dos objetivos da campanha:

- crianças e adolescentes;
- jovens;
- famílias;
- comunidade escolar;
- população em geral;
- pessoas que, embora não sejam tutoras de animais, convivam com a temática da proteção e do bem-estar animal.

### 5.3 Públicos Estratégicos

As licitantes poderão considerar, quando pertinente à estratégia proposta, outros públicos capazes de ampliar o alcance e a efetividade da campanha, tais como:

- profissionais da educação;
- profissionais da saúde;
- médicos-veterinários;
- estabelecimentos do segmento pet;
- organizações da sociedade civil e entidades de proteção animal;
- lideranças comunitárias;
- formadores de opinião e influenciadores digitais;
- veículos de comunicação locais e regionais.

A definição dos públicos e das estratégias de comunicação deverá guardar coerência com os objetivos da campanha, a mensagem proposta e a verba referencial estabelecida neste Briefing.

## 6. PRAÇAS

A campanha deverá ser planejada para alcance em todo o território do Município de Palotina, considerando as características demográficas, geográficas e socioculturais dos diferentes públicos contemplados neste Briefing.

As estratégias de comunicação deverão observar a necessidade de ampla cobertura territorial, podendo contemplar, conforme a solução proposta pela licitante:

- a sede do Município;
- os bairros urbanos;
- os distritos administrativos;
- as comunidades localizadas na área rural, quando pertinente à estratégia de comunicação.

As licitantes deverão demonstrar, em suas propostas, que os meios, formatos e ações escolhidos são compatíveis com a distribuição geográfica do público-alvo e com os objetivos da campanha.

## 7. PERÍODO

Para fins exclusivos de elaboração da Proposta Técnica, as licitantes deverão considerar um período referencial de 6 (seis) meses para o planejamento e desenvolvimento da campanha.

A estratégia de comunicação, a distribuição das ações, a seleção dos meios e o cronograma proposto deverão ser compatíveis com esse horizonte temporal, permitindo a adequada organização das iniciativas de comunicação e a otimização da verba referencial.

O período estabelecido neste Briefing possui caráter exclusivamente orientativo para a elaboração da Proposta Técnica, não representando obrigação de execução da campanha durante esse prazo, tampouco vinculando a futura contratação à duração aqui indicada.

## 8. VERBA REFERENCIAL

Para fins exclusivos de elaboração da Proposta Técnica, as licitantes deverão considerar uma **verba referencial de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais)** para o planejamento e desenvolvimento da campanha objeto deste Briefing.

A verba referencial deverá ser utilizada como base para a elaboração da estratégia de comunicação, do plano de mídia e não mídia e da distribuição dos investimentos propostos, permitindo a demonstração da capacidade técnica das licitantes na aplicação eficiente dos recursos públicos destinados à comunicação institucional.

As licitantes deverão observar que a distribuição dos investimentos entre os diferentes meios, veículos, formatos e ações constitui decisão estratégica, devendo ser compatível com os objetivos da campanha, os públicos priorizados e o período referencial estabelecido neste Briefing.

A verba indicada possui caráter exclusivamente referencial, destinando-se unicamente à padronização das propostas técnicas e à avaliação comparativa entre as licitantes, não representando obrigação de contratação, garantia de investimento futuro, limite mínimo de execução ou vinculação às futuras Ordens de Serviço que venham a ser emitidas durante a vigência contratual.

Para fins de elaboração da campanha simulada, o montante de R$ 200.000,00 deverá representar o limite máximo global dos investimentos propostos no Plano de Comunicação Publicitária, compreendendo os custos de produção, execução técnica, mídia e não mídia e demais despesas necessárias à implementação da solução apresentada, observados os critérios de cálculo estabelecidos no Edital e em seus anexos. Não deverão ser considerados, para redução da verba referencial, descontos ou percentuais específicos constantes da Proposta de Preços da licitante, de modo a assegurar a igualdade de condições e a comparabilidade entre as propostas técnicas.

## 9. RECURSOS PRÓPRIOS

Para fins de elaboração da Proposta Técnica, as licitantes poderão considerar a utilização dos canais institucionais do Município como meios complementares de comunicação, observadas as características de cada plataforma e sua adequação aos objetivos da campanha.

Poderão ser considerados, entre outros:

- Portal Oficial do Município;
- perfis institucionais nas redes sociais;
- Instagram;
- Facebook;
- YouTube;
- canais oficiais de comunicação por aplicativos de mensagens, quando existentes;

- aplicativos institucionais;
- demais canais oficiais de comunicação que venham a ser disponibilizados pelo Município.

A utilização desses canais deverá ser considerada como recurso complementar à estratégia de comunicação proposta, não restringindo a possibilidade de utilização de outros meios previstos no Plano de Mídia e Não Mídia elaborado pela licitante.

As licitantes poderão propor estratégias integradas entre os canais institucionais e os demais meios de comunicação selecionados, desde que demonstrem a coerência da solução apresentada e a compatibilidade com os objetivos da campanha.

## 10. ESFORÇOS ANTERIORES

O Município de Palotina desenvolve, periodicamente, ações institucionais de comunicação e iniciativas educativas relacionadas à proteção e ao bem-estar animal, com o objetivo de orientar a população sobre temas de interesse público, estimular a posse responsável e divulgar programas e serviços municipais voltados à temática.

Essas ações são realizadas por meio de diferentes canais institucionais e integram iniciativas desenvolvidas em apoio às políticas públicas municipais de proteção animal, educação ambiental e saúde pública.

Embora tais iniciativas contribuam para ampliar o acesso da população às informações de interesse coletivo, os desafios relacionados ao abandono de animais, à guarda responsável e ao engajamento da comunidade evidenciam a necessidade de estratégias de comunicação cada vez mais integradas, planejadas e capazes de promover mudanças efetivas de comportamento.

Para fins deste Briefing, as licitantes deverão considerar que o desafio proposto não consiste na continuidade ou reprodução de campanhas anteriormente realizadas, mas na concepção de uma nova estratégia de comunicação, original e alinhada aos objetivos estabelecidos neste documento.

## 11. DISPOSIÇÕES FINAIS

O presente Briefing foi elaborado exclusivamente para fins de julgamento da Proposta Técnica, constituindo cenário hipotético baseado em desafio típico da comunicação pública municipal. As soluções criativas, estratégias, conceitos, peças publicitárias, planos de mídia e demais elementos apresentados pelas licitantes destinam-se unicamente à avaliação técnica prevista na Lei Federal nº 12.232/2010, não gerando obrigação de execução futura pela Administração Pública, nem vinculação da futura contratação às propostas apresentadas durante o certame.

As licitantes deverão observar, em todas as etapas de elaboração da Proposta Técnica, os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, interesse público, economicidade, acessibilidade e inclusão, bem como as disposições contidas neste Briefing, no Edital e na legislação aplicável.

**ANEXO IV**

## CARTA DE CREDENCIAMENTO

*Local,* _____ de _____ de 2026.

À Comissão Permanente de Licitações

Concorrência Pública: 06/2026

Prezados Senhores,

O abaixo assinado, _____, Carteira de Identidade (*número e órgão emissor)*, na qualidade de responsável legal pela proponente _____, vem, pela presente, informar a Vossas Senhorias que o senhor _____, Carteira de Identidade (*número e órgão emissor)* é a pessoa designada por nós para acompanhar a sessão de recebimento e abertura da documentação de habilitação e propostas de preços, assinar atas e demais documentos e poderes para renunciar prazos recursais a que se referir à licitação em epígrafe.

Igualmente, declaro-me ciente de que responderei em juízo ou fora dele, se for o caso, por todos os atos que venha a ser praticados pelo representante ora designado.

Atenciosamente

*(nome e assinatura do responsável legal)*

**P.S.: O credenciamento deve vir acompanhado de documento comprobatório de que o signatário (RESPONSÁVEL LEGAL DA EMPRESA) possui poderes para credenciar o representante.**
**Por ser mediante cópia do contrato social, sendo o mesmo apresentado juntamente com o credenciamento.**

## ANEXO V - MODELO DECLARAÇÃO DE MICRO EMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

## DECLARAÇÃO

Ao Município de Palotina

Referente ao Concorrência Pública 06/2026.

A empresa _____ , sediada na _____ , na cidade de _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____ por seu representante legal, o Sr. _____, portador da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, **DECLARA**, sob as penas da lei, que cumpre os requisitos legais para efeito de qualificação como MPE, e que:

**1) Atende os requisitos previstos no artigo 3º da Lei Complementar 123/2006 de 14 de dezembro de 2006 e alterações posteriores.**
**2) Possui registro na Junta Comercial ou Cartório de Registro ou CCMEI indicando que se enquadra como MPE, cujo os dados estão atualizados;**
**3) Que no ano fiscal anterior ao exercício atual não excedeu o limite de faturamento referente ao enquadramento como MPE,**
**4) Que no exercício atual até a data do certame, o faturamento da empresa não excedeu o limite legal para enquadramento de micro empresa.**

Estando apta a usufruir dos direitos de que tratam os artigos 42 a 49 da Lei Complementar nº 123/2006, não havendo fato superveniente impeditivo da participação no presente certame.

_____, _____ de _____ de 2026.

_____
Nome: _____
Cargo:_____

**ANEXO VI**

Município de Palotina – PR.
À Comissão Permanente de Licitações
Concorrência Pública: 06/2026

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

O signatário da presente, em nome da Proponente, **DECLARA**, sob penas da Lei, que a empresa ..... 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 2026.

_____
Nome completo e Assinatura do Representante Legal
RG/CPF
Função

**ANEXO VII - DECLARAÇÃO UNIFICADA**

_____, inscrita no CNPJ n.º _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) _____, portador(a) da Carteira de Identidade n.º _____ e do CPF n.º _____, **DECLARA**, para os devidos fins, que tem pleno conhecimento das regras contidas no edital de licitação e que possui as condições de habilitação previstas no edital, bem como:

1. **Declaração de preposto:**

Que eventual contratação com o presente ente público se dará com intermediação do preposto a seguir, que, através de um dos contatos informados, receberá pedidos de fornecimento, notificações, dentre outras comunicações destinadas à pessoa jurídica acima indicada:

**Nome:** _____

**Telefone com WhatsApp:** _____

**E-mail da empresa:** _____

2. **Declaração de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social:**

]

Na forma do Artigo 63, inciso IV da Lei Federal nº 14.133/2021, que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, conforme disposto no Artigo 93 da Lei Federal nº 8.213/91;

3. **Declaração de inexistência de empregados menores**

Que não possuímos, em nosso quadro de pessoal, empregados menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, em observância ao Artigo 7º, inciso XXXIII, Constituição da República Federativa do Brasil.

4. **Declaração de ausência de vínculo com o quadro funcional do Município de Palotina**

Em observância ao disposto no Artigo 14 da Lei Federal nº 14.133/2021, e com base na Súmula Vinculante 13 do STF e Prejulgado 09 do MPjTC, que não possui integrante do quadro funcional do Município de Palotina, mesmo que inativo, como sócio, cotista, dirigente ou empregado. No mais, dentre seus sócios, nenhum deles é cônjuge, companheiro, parente em linha reta ou colateral, consanguíneo ou afim de servidor público do Município de Palotina, que nele exerça cargo em comissão ou função de confiança, ou seja membro da comissão de licitação, Pregoeiro(a) ou autoridade ligada à contratação.

5. **Declaração de inexistência de fatos impeditivos**

Que até a presente data, inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo, não tendo sido declarado inidôneo para licitar ou contratar com o Poder Público, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

No mais, declara também que seus sócios não se encontram, seja por força constitucional ou legal, impedidos de contratar com o Poder Público, não se enquadrando em nenhuma das vedações contidas no art. 14 da Lei Federal n.º 14.133/2021, em especial:

**1.1** Não mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.

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

## 6. Declaração De Atendimento À Política Ambiental De Licitação Sustentável

Declarar que atesta o atendimento à política pública ambiental de licitação sustentável, embalagens e serviços pós-consumo no limite da proporção que fornecerem ao poder público, assumindo a responsabilidade pela destinação final, ambientalmente adequada.

Local, _____ de _____ de 2026

_____
Representante Legal

**Está declaração deverá ser emitida em papel timbrado da empresa proponente ou com carimbo com CNPJ**

## ANEXO VIII

*(razão social, endereço, telefone, e-mail e CNPJ/MF)*

## MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

À Comissão Permanente de Licitação
Ref.: Edital de Concorrência Pública nº 06/2026

Prezados Senhores,

Apresentamos e submetemos à apreciação de V. Sᵃˢ. nossa proposta de preço sujeito à valoração da licitação em epígrafe, declarando, para os devidos fins, que, na execução do contrato com o Município de Palotina, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos abaixo:

a) Percentual de desconto …… % (……por cento) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Estado do Paraná (SINAPRO/PR), cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

Os preços propostos contemplam todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.
Declaramos que nos comprometemos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e a transferir ao Município as vantagens obtidas.
Desde já declaramo-nos cientes de que o Município procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em Lei.
O prazo de validade da proposta de preços é de ***(inserir o prazo de validade)*** ***(inserir o prazo de validade por extenso)*** dias a partir da data limite estabelecida para o recebimento das propostas (*envelopes n° 01 a 04*).

Atenciosamente,

_____, ____ de _____ 2026

_____
Nome completo e Assinatura do Representante Legal
RG/CPF
Função

**ANEXO IX**

**MODELO DE FORMULARIO PARA ASSINATURA DE CONTRATO**

Razão Social da proponente: _____,

Endereço _____,

Bairro _____ CEP: _____, Cidade _____, Estado _____, CNPJ nº _____, Inscrição Estadual nº _____, Inscrição Municipal/ISS (alvará) nº _____, Nº do telefone _____

Nome do representante legal **autorizado para assinatura do contrato:**

_____, Função: _____, Endereço: _____, RG nº _____ Órgão emissor _____, CPF nº _____, E-mail _____.

_____, ____ de _____ 2026

**Assinatura e Identificação do**
**Responsável Legal e da Empresa**

## ANEXO X - DECLARAÇÃO LGPD

_____, inscrita no CNPJ n.º _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) _____, portador(a) da Carteira de Identidade n.º _____ e do CPF n.º _____, **DECLARA**, para os devidos fins, que tem pleno conhecimento das regras contidas no edital de licitação e que possui as condições de habilitação previstas no edital, bem como tem ciência de que:

**1** Como condição para participar desta licitação e ser contratado(a), o(a) interessado(a) deve fornecer para a Administração Pública diversos dados pessoais, entre eles:

**1.1** aqueles inerentes a documentos de identificação;

**1.2** referentes a participações societárias;

**1.3** informações inseridas em contratos sociais;

**1.4** endereços físicos e eletrônicos;

**1.5** estado civil;

**1.6** eventuais informações sobre cônjuges;

**1.7** relações de parentesco;

**1.8** número de telefone;

**1.9** sanções administrativas que esteja cumprindo perante a Administração Pública;

**1.10** informações sobre eventuais condenações no plano criminal ou por improbidade administrativa; dentre outros necessários à contratação.

**2.** Essas informações constarão do processo administrativo e serão objeto de tratamento por parte da Administração Pública.

**3.** O tratamento dos dados pessoais relacionados aos processos de contratação se presume válido, legítimo e, portanto, juridicamente adequado.

Local, _____ de _____ de 2026

_____
Representante legal

**ANEXO XI**

## MINUTA DO CONTRATO PRESTAÇÃO DE SERVIÇO Nº ...../2026

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 06/2026

Contrato de Prestação de Serviços que entre si celebram o Município de Palotina e a empresa ..... nos termos da Lei n° 14.133/2021 e suas alterações posteriores e na forma abaixo:

Pelo presente instrumento particular de Contrato de Prestação de Serviço, de um lado o **MUNICÍPIO DE PALOTINA**, pessoa jurídica de direito público interno, devidamente inscrito no CNPJ/MF sob nº. 76.208.487/0001-64, com sede na Rua Aldir Pedron, nº. 898, Centro, fone 044-3649-7800, na cidade de Palotina, Estado do Paraná, CEP 85.950-000, neste ato representado pelo seu Prefeito Municipal, **RODRIGO RIBEIRO**, brasileiro, casado, portador da Carteira de Identificação Nacional/CPF nº 073.207.009-05, residente e domiciliado à Travessa Burle Marx, nº 33, Loteamento Stroher, Bairro Por do Sol, nesta cidade de Palotina, Estado do Paraná, CEP. 85.950-064, doravante denominado CONTRATANTE.

De outro lado a Empresa **XXX**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº. **XXX** Inscrição Estadual nº. **XXX**, e inscrição municipal nº **XXX.** com sede à **XXX**, Nº **XXX**, Fone: **XXX**, email: **XXX**, bairro **XXX**, na cidade de **XXX**, estado do **XXX**, CEP. **XXX**, representada neste ato por Sr. **XXX**, Sócio Administrador, portador da cédula de identidade nº. **XXX**, inscrito no CPF sob o nº. **XXX**, residente e domiciliado á Rua **XXX**, nº **XXX**, bairro **XXX,** na cidade de **XXX**, estado do **XXX**, doravante denominada **CONTRATADA**.

### CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

**1** - Por disposição do presente contrato administrativo, a CONTRATADA compromete-se a prestar serviços de publicidade, definidos como 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 publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de dar publicidade dos atos oficiais, ações, programas e serviços desenvolvidos pelo Município, sempre visando manter os munícipes informados e orientados, com a finalidade de melhorar a qualidade de vida e o exercício da cidadania, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município, de acordo com as instruções constantes do Edital de Concorrência Pública nº 06/2026 e seus anexos.

**1.1 -** O objeto compreende, ainda:

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) o planejamento e execução de pesquisas de opinião pública e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento, a fim de orientar, subsidiar ou complementar os esforços relacionados diretamente à determinada ação publicitária.
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.
e) Criação, produção e edição de audiovisuais institucionais para a divulgação e a promoção de eventos oficiais do município.

**1.2 -** Os serviços de concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

**1.3 -** 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.

**1.4 -** Para fins deste Contrato, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção e de patrocínio.

**1.5 -** Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no item anterior 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.

**1.6** - A Agência deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com o Município, de modo a assegurar que o Plano de Comunicação Publicitária alcance os objetivos pretendidos e que a Poder Público Municipal obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade. Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a contratada deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços. A execução dos serviços listados constituirá mera expectativa em favor da empresa contratada. A contratada, ao ser chamada para prestar esses serviços, deverá apresentar proposta de preços que ficará sujeita à aprovação do Município. Será verificada a sua compatibilidade com os preços de mercado, sendo a remuneração devida de conformidade com a proposta aprovada.

**1.7 Fazem parte integrante do presente contrato, como se nele estivessem transcritos, os seguintes documentos:**

**3.1.1 Edital Da Concorrência Pública nº 006/2026, TERMO DE REFERÊNCIA e Proposta Técnica da Contratada, datada de XX de XXX de 2026.**

**1.8** Os documentos mencionados nesta cláusula, de que as partes declaram ter pleno conhecimento, serão considerados suficientes para, em conjunto com este contrato, definir o seu objeto e a sua perfeita execução.

## CLÁUSULA SEGUNDA – DO VALOR, CONDIÇÕES DE PAGAMENTO.

**2.1 -** O valor deste contrato é de R$ _____(_____), com honorários de …… % (……por cento), incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação **e** Percentual de desconto …… % (……por cento) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Estado do Paraná (SINAPRO/PR), cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

**2.1.1** - Não haverá reajuste de preços de serviços da Contratada, em face da peculiaridade da remuneração constituir-se em percentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados pelo órgão gerenciador do contrato, nem compensação financeira, salvo o da tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná - SINAPRO/PR.

**2.2 -** O pagamento será efetuado todo dia 10 (dez) de cada mês, respeitando-se a tramitação do empenho e mediante emissão de regular documentação.

**2.3 -** Na Nota Fiscal deverão constar à discriminação dos serviços prestados, número da licitação, número do Contrato e outros dados que julgar convenientes, não apresente rasura e/ou entrelinhas.

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

**2.5 -** O pagamento ocorrerá no dia 10 do mês subsequente ao da execução dos serviços, mediante comprovação da sua execução pelo gestor do contrato.

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

**2.7** - Os pagamentos serão efetuados via transferência Bancária, devendo para tanto a Empresa vencedora informar no ato da Nota Fiscal a Agência Bancária e a Conta Corrente que deverá estar obrigatoriamente em nome da mesma.

**2.8 -** No ato do pagamento de cada/única parcela serão realizadas as retenções e deduções necessárias.

**2.9 -** O Município não ressarcirá os custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA** e não pagará honorários ou qualquer remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à **CONTRATADA** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação

## CLÁUSULA TERCEIRA - DO PRAZO

**3.1 -** O prazo para a execução dos serviços é de 12 (doze) meses, iniciando a partir de sua publicação.
**3.3 -** O prazo de execução poderá ser alterado, de acordo com a aplicação do art. 132 da Lei de Licitações. Tratando-se de SERVIÇO CONTINUADO, poderá haver a prorrogação de prazo, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, limitados à 10 (dez) anos, na forma do art. 107 da Lei de Licitações.
**3.3.1 -** Entende-se por motivos de força maior ou caso fortuito, entre outros, "*lock out*", perturbações industriais, guerras, atos de inimigo público, bloqueio, insurreições, epidemias, quarentenas, avalanches, terremotos, enchentes, explosões ou quaisquer outros acontecimentos semelhantes e equivalentes a estes, desde que estes fatos tenham influência direta sobre a execução dos serviços e que fujam ao controle seguro de qualquer das partes interessadas, as quais não consigam impedir sua ocorrência. A expressão "força maior" deve também incluir qualquer atraso causado por legislação, regulamentação ou atos governamentais, por ação ou omissão do Contratante, que venham causar atrasos à Contratada. Nenhuma parte será responsável perante a outra pelos atrasos ocasionados por motivo de força maior.
**3.3.2 -** Enquanto perdurarem os motivos de força maior ou suspensão do contrato por ordem do Contratante, cessam os deveres e responsabilidades de ambas as partes em relação ao contrato. Os atrasos provenientes de greves ocorridas na Contratada ou atrasos por parte de suas eventuais subcontratadas não poderão ser alegados como decorrentes de força maior.
**3.3.3 -** Para que a Contratada possa invocar os fatos capazes de justificar quaisquer atrasos, os mesmos deverão ser comunicados ao Contratante por escrito e devidamente comprovados, no prazo máximo de 48 (*quarenta e oito*) horas do início da referida ocorrência, sendo que os motivos apontados serão julgados pelo Contratante após a constatação da veracidade da sua ocorrência.
**3.4-** Após a aceitação dos motivos, poderá haver acordo entre as partes para uma eventual prorrogação do prazo.

## CLÁUSULA QUARTA - DOS RECURSOS FINANCEIROS E ORÇAMENTARIOS

**4.1** As despesas decorrentes do presente contrato correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

## CLÁUSULA QUINTA - DA FISCALIZAÇÃO

**5.1 -** A administração do presente contrato decorrente desta Concorrência caberá à Secretaria Requisitante.
5.1.1- Caberá a gestão da presente Contrato ao Sr.(a) **XXXXXXXXXXXXXXXX, cargo XXXXXXXX**, inscrito no CPF sob o nº XXXXXXXXXXXXX e RG nº XXXXXXXXXXXX, coordenando, controlando e avaliando a execução da mesma no decorrer de todo o seu período de vigência**. S**endo o/a **, cargo XXXXXX**, portador do RG nº **XXXXXX emitido por XXX/XX**, e inscrito sob o CPF nº XXXXXXXXX-XX, o seu suplente.
**10.1.2** - A gestão do presente contrato poderá ser modificada conforme necessidades da Secretaria Requisitante.

## CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE E DA CONTRATADA:

**6.1.** São **OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**:
Executar o objeto da forma ajustada;

**6.1.2** - Atender aos encargos trabalhistas, previdenciários e fiscais decorrentes da execução do presente contrato;

**6.1.3 - Manter durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;**

**6.1.4** - A CONTRATADA, não poderá ceder ou transferir a terceiros os direitos e obrigações decorrentes deste Contrato.

**6.1.5** - Caberá ainda a Contratada:

a) Cumprir integralmente todos os itens constantes do presente Contrato;

b) Assumir total responsabilidade por seus empregados e/ou prepostos que venham a fornecer os objetos decorrentes do presente Contrato, sendo que o **CONTRATANTE** não terá nenhuma relação ou vínculo contratual de natureza trabalhista, cuja responsabilidade será tão somente da **CONTRATADA**, sendo esta titular e responsável pelos direitos, obrigações e

ações decorrentes, pagamento dos salários e demais ônus, recolhimento de todos os encargos sociais e tributos pertinentes, indenização por quaisquer acidentes que seus empregados possam ser vítimas ou derem causa, quando em serviço, na forma como é expressa e considerada nos arts. 3º e 6º do Regulamento de Seguro de Acidente de Trabalho, aprovado pelo Decreto n.º 61.784/67;

c) Responsabilizar-se pelos danos que causar ao **CONTRATANTE** ou a terceiros, por si ou por seus sucessores e representantes, no fornecimento dos objetos ora contratados, isentando o **CONTRATANTE** de toda e qualquer reclamação que possa surgir em decorrência dos mesmos;

d) Dar cumprimento às obrigações de natureza trabalhista, fiscais, previdenciárias e outras que lhe são correlatas;

e) Apresentar, sempre que solicitado, durante a execução do contrato, documentos que comprovem estar cumprindo a legislação em vigor quanto as obrigações assumidas na licitação, em especial, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, tributários, fiscais e comerciais;

f) Estar à disposição do **CONTRATANTE** sempre que solicitado;

g) Cumprir todas as exigências contidas no Edital que originou este Contrato;

h) Adotar todas as medidas de cautela tendentes a evitar danos materiais e pessoais aos objetos transportados e terceiros, ficando sempre responsável pelas conseqüências originárias e acidentes que se verificarem;

6.2. São **OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**: Além das naturalmente decorrentes do presente contrato, constituem obrigações do MUNICÍPIO:

**6.2.1** - Pagar o valor no prazo avençado;

**6.2.2** - Dar a Contratada as condições necessárias a garantir a execução de Contrato

## CLÁUSULA SÉTIMA - DOS CASOS DE RESCISÃO

**7.1** O Contratante poderá rescindir de pleno direito, o presente contrato independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, nos seguintes casos:

**7.1.1** - O requerimento de falência, concordata, dissolução ou notória insolência, liquidação judicial ou extrajudicial, e alteração social ou modificação da finalidade ou estrutura interna da CONTRATADA que, à juízo do MUNICÍPIO DE PALOTINA, prejudique a execução deste contrato;

**7.1.2** - Quando a CONTRATADA transferir este contrato no todo ou em parte, sem anuência do MUNICÍPIO DE PALOTINA;

**7.1.3** - Ocorrendo qualquer das hipóteses prevista no Art. 137 da Lei nº 14.133/2021;

## CLÁUSULA OITAVA – GARANTIA DA EXECUÇÃO

**8.1** Após a homologação do Processo licitatório, será exigido da empresa vencedora a garantia de execução é exigida do contratado. Com o objetivo de garantir o cumprimento das obrigações contratuais. Conforme lei 14.133/2021 o percentual será de 5% do valor homologado de cada lote. As modalidades aceitas para essa garantia são as mesmas da garantia de proposta.

8.1.1 O comprovante da Garantia da Execução poderá ser:

(i) a caução real (em dinheiro ou em títulos da dívida pública – art. 96, § 1º, inc. I);

(ii) o seguro-garantia (inc. II );

(iii) a fiança bancária (inc. III) ; e

(iv) o título de capitalização (inc. IV).

8.1.2 Caso a empresa licitante opte por Caução em Depósito Bancário, a conta para depósito será o Banco do Brasil - Ag 0959-8 – Conta Corrente 22.180-5.

8.1.3 Caso a empresa opte por Seguro Garantia, a mesma terá prazo mínimo de 1 (um) mês, contado da data de homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato, para a prestação da garantia pelo contratado.

8.2 A garantia prestada pelo contratado será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente – Art 100 Lei 14.133/2021.

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

8.4 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses do CONTRATANTE.
8.5 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará na imediata rescisão do contrato.
8.6 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 30(trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.
8.7. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.
8.8 Na hipótese de prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.
8.9 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue ao CONTRATANTE no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.
8.10 A garantia, ou seu saldo, será liberado ou restituído, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias úteis após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu Fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Nacional Preços ao Consumidor, da Fundação Getúlio Vargas.
2. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com o CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas em lei.
3. Aceita pelo CONTRATANTE, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

**8.11** Será da responsabilidade da CONTRATADA o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.
**8.12** Obriga-se também a CONTRATADA por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.
**8.13** A CONTRATADA só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato que envolva o nome do Município, se houver expressa autorização da Administração Municipal. Esse procedimento se estenderá às eventuais subcontratadas.
**8.14** É vedado à **CONTRATADA** utilizar o presente contrato resultante como caução ou como garantia em operações financeiras, bem como transferir a outrem, total ou parcialmente, as responsabilidades a que está obrigada por esta Licitação, nem subcontratar, sem prévio assentimento da Contratante.

## CLÁUSULA NONA - SANÇÕES

**9.1** No caso de inexecução do Contrato ou inadimplemento de qualquer cláusula, ficará a **CONTRATADA** sujeita às sanções previstas nos artigos 156 da Lei Federal n.º 14.133/2021 e alterações posteriores, nas previstas no **Edital**, bem como, às seguintes penalidades, sem prejuízo das sanções legais da lei 14.133/2021, e responsabilidades civil e criminal.
Evidenciado, durante o certame ou na vigência do Contrato, qualquer das hipóteses contidas no Artigo 155 da Lei Federal nº 14.133/2021, poderão ser aplicadas as seguintes sanções:

20.1.1 advertência
20.1.2 multa;
20.1.3 impedimento de licitar e contratar;
20.1.4 declaração de inidoneidade para licitar ou contratar;

9.2 A advertência será aplicada, com a necessidade de instauração de processo administrativo, quando identificada a inexecução parcial da avença;
9.3 A multa, por sua vez, poderá ser aplicada em qualquer das hipóteses contidas no Artigo 155 da Lei Federal nº 14.133/2021 e não poderá ser inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) nem superior a 30% (trinta por cento) do valor integral do Contrato;
9.4 O impedimento de licitar e contratar será aplicado ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do caput do Artigo 155 da Lei Federal nº 14.133/2021, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.
9.5 A declaração de inidoneidade será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos VIII, IX, X, XI e XII do caput do Artigo 155 da Lei Federal nº 14.133//2021, bem como pelas infrações administrativas previstas nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do caput do referido artigo que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção referida no § 4º deste artigo, e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.
9.6 A sanção de multa não poderá ser aplicada cumulativamente as demais;
9.7 Com exceção da advertência, a aplicação das demais sanções demandam procedimento administrativo, a ser pautado no Decreto Municipal nº 9.419/2019, com garantia a ampla defesa e ao contraditório, observando-se também os prazos e trâmites exigidos na Lei Federal 14.133/2021.
8.8 Identificado o atraso no cumprimento do prazo de execução previsto no Contrato, a licitante estará sujeita a multa de mora, correspondente a multa diária de 5% (cinco por cento) a ser calculado sobre o valor integral do pedido de fornecimento descumprido.

## CLÁUSULA DÉCIMA – DOS ADITIVOS

**10.1** As alterações contratuais serão processadas mediante Termo Aditivo, devidamente justificadas e autorizadas pelo Departamento Jurídico da Prefeitura Municipal de Palotina.
**10.2** Será permitida a repactuação/reajuste do contrato, desde que seja observado o interregno mínimo de um ano, a contar da data da assinatura do contrato, ou da data da última repactuação, sendo utilizado como indice para cálculo do valor o INPC;

**PARÁGRAFO ÚNICO -** A **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias nas contratações, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato.

## CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E FINAIS

10.1. A CONTRATADA deverá guiar-se pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, como objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais legislações vigentes, devendo respeitar, ainda, a moral e os bons costumes.
10.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais aditivos no Diário Oficial do Município, às suas expensas, na forma prevista no Parágrafo Único do art. 61 da Lei de Licitações.
10.3. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgados no site do Município na rede mundial de computadores, sendo garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados, na forma do art. 16 da Lei Federal 12.232/2010.
10.3.1. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação (art. 16, Parágrafo Único da Lei Federal 12.232/2010).

10.3.2. Sem prejuízo das informações acima, deverão ser divulgadas, ainda, as informações na forma e prazo determinados pela Lei de Acesso à Informação – Lei 12.527/2011.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DO FORO**

**11.1 -** Fica eleito o Foro da Comarca de Palotina , Estado do Paraná, para dirimir as dúvidas e os casos omissos, que porventura surgirem.

E, por estarem entre si, certos, ajustados e contratados que, lido e achado conforme, aceitam e se obrigam por si, seus herdeiros ou sucessores a fielmente cumpri-lo, assinando-o na presença de duas testemunhas idôneas e capazes, fazendo-o firme e valioso.

Palotina, ..... de ..... de 2026.

_____

**RODRIGO RIBEIRO**
PREFEITO MUNICIPAL
CONTRATANTE

**.....**
*CONTRATADA*

70