



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

APÊNDICE III

SUMÁRIO – MANUAL DE SELEÇÃO INTERNA

1. OBJETIVO	02
2. DO PROCESSO DE EXECUÇÃO	02
3. DO PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA DE AGÊNCIA(S)	02
Seleção Interna - Parâmetro Investimento	03
A. Seleção Interna Nível 1	03
B. Seleção Interna Nível 2	03
C. Seleção Interna Nível 3	04
4. DA APROVAÇÃO DA PROPOSTA DE SOLUÇÃO CRIATIVA E CONTEÚDO PUBLICITÁRIO	06
5. DA APROVAÇÃO DAS CONTRATAÇÕES DE PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA	07
6. DA MÍDIA	09
6.1 Do Planejamento de Mídia	09
6.2 Das falhas e reutilizações de veiculações	10
6.3 Da autorização de Execução do(s) Trabalho(s) pela(s) agência(s)	11
6.4 Da comprovação de veiculação	11
7. DO RELATÓRIO DE RESULTADOS DA CAMPANHA	12
8. DO RECEBIMENTO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO	13
9. LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS	13
10. DA AVALIAÇÃO DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS	16
11. DA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA	16
ANEXO I – AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA	17



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

**PROTOCOLO Nº 03404-88.2024
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024**

APÊNDICE III

MANUAL DE SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS – ALEP

1. Objetivo

- 1.1** Este Manual estabelece, no âmbito da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná – ALEP, os procedimentos internos de análise, desenvolvimento e execução de solicitações de ações de publicidade, de liquidação e pagamento das respectivas despesas e de atos subsidiários.
- 1.2** Constituem ações de publicidade, para fins deste Manual, os serviços integrantes do objeto dos contratos firmados pela ALEP com as agências de publicidade de acordo com o Edital da Concorrência Pública nº 001/2024.
- 1.3** Este Manual será periodicamente atualizado com vistas ao aprimoramento constante dos procedimentos, garantindo eficiência na execução contratual, alinhamento com aspectos legais e normativos e com boas práticas de gestão pública.

2. Do processo de execução

- 2.1** A critério da Diretoria de Comunicação, as agências poderão ser acionadas para apresentarem propostas de soluções publicitárias, com vistas à análise e posterior decisão de desenvolvimento.
- 2.2** Os processos de execução dos trabalhos poderão ser cancelados, antes da autorização de qualquer serviço previsto na ação de publicidade, quando se verificar a perda dos atributos de necessidade, conveniência, adequação e oportunidade, face aos objetivos de comunicação pretendidos.

3. Do procedimento de seleção interna de agência(s)

- 3.1** A(s) forma(s) de escolha de agência(s) para o desenvolvimento das ações de publicidade será(ão) feita(s) de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em sintonia com os princípios da economicidade, eficiência e razoabilidade.
- 3.2** De acordo com as necessidades de comunicação estabelecidas na solicitação do trabalho, a Seleção Interna terá, como objeto de avaliação, propostas de soluções publicitárias de linhas criativas e/ou de estratégias de mídia.



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

Seleção Interna - Parâmetro Investimento

3.3 A(s) agência(s) será(ão) escolhida(s) por meio de Seleção Interna, que levará em consideração os recursos destinados para o desenvolvimento da ação de publicidade.

3.3.1 Para os fins desse procedimento, considera-se:

- a) Seleção Nível 1:** o procedimento de escolha de agência para o desenvolvimento de ação de publicidade com investimento estimado em até R\$ 3.999.000,00 (Três milhões novecentos e noventa e nove mil reais);
- b) Seleção Nível 2:** o procedimento de escolha de agência(s) para o desenvolvimento de ação de publicidade com investimento estimado superior a R\$ 4.001.000,00 (Quatro milhões e um mil reais) até R\$ 6.000.000,00 (Seis milhões de reais).
- c) Seleção Nível 3:** o procedimento de escolha de agência(s) para o desenvolvimento de ação de publicidade com investimento estimado superior a R\$ 6.001.000,00 (Seis milhões e um mil reais)

A. Seleção Interna Nível 1

3.4 A escolha de agência por Seleção Nível 1, será feita pela Diretoria de Comunicação mediante a aplicação de um dos critérios abaixo:

- a)** Escolha da agência que já executou ação de publicidade similar, no âmbito de contrato com a ALEP (familiaridade da agência com o tema);
- b)** Escolha da agência que estiver em melhores condições para desenvolver a ação;
- c)** Reaproveitamento/adaptação de proposta de ação de publicidade desenvolvida anteriormente pela agência.

3.4.1 A agência escolhida para o desenvolvimento da ação de publicidade em Seleção Nível 1 deverá apresentar solução publicitária para aprovação com base nas informações passadas no *Briefing* e/ou solicitação de trabalho e, se necessário, aprofundadas em reunião para esclarecimento das necessidades e objetivos de comunicação.

B. Seleção Interna Nível 2

3.5 A Diretoria de Comunicação, responsável pelo trabalho com Seleção Nível 2, solicitará às agências que apresentem, em data determinada, suas propostas de solução publicitária para a necessidade de comunicação expressa no *Briefing* e/ou solicitação de trabalho, que conterá informações essenciais para subsidiar o processo de proposição, em igualdade de condições.



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

- 3.5.1** As propostas de solução publicitária apresentadas serão analisadas pela Diretoria de Comunicação, que informará às agências a(s) proposta(s) considerada(s) adequada(s) para atendimento dos objetivos de comunicação.
- 3.5.1.1** Em sua manifestação, a Diretoria de Comunicação poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências sejam integradas, para aperfeiçoar a ação de publicidade, e/ou compartilhadas em sua execução.
- 3.5.2** A Diretoria de Comunicação poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 2 e fazer a escolha direta da(s) agência(s), nos casos de:
- a)** Ação de publicidade que decorra de proposta de agência(s), conjunta ou isoladamente, mediante análise de conveniência e oportunidade da ALEP para seu desenvolvimento, de forma devidamente justificada;
 - b)** Ação de publicidade com peça(s) ou linha criativa proposta por iniciativa da Diretoria de Comunicação, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação e direitos conexos, conforme o caso;
 - c)** Reaproveitamento/adaptação de ação de publicidade (linha criativa, peça(s) e/ou estratégia de mídia) aprovada anteriormente em processo de Seleção Nível 2, mesmo que a ação não tenha sido desenvolvida;
 - d)** Situações peculiares e/ou imprevisíveis que requeiram urgência na realização da ação de publicidade e não houver prazo hábil para realização dos procedimentos de Seleção Nível 2, sem que haja prejuízo no atendimento das necessidades de comunicação, de forma devidamente justificada pela Diretoria de Comunicação.
- 3.5.3** Dada à dispensa do procedimento de seleção, e se conveniente e oportuno, a Diretoria de Comunicação poderá decidir ainda pela proposição e execução compartilhada entre agência(s).
- 3.5.4** As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2, por comunicado formal da Diretoria de Comunicação.
- 3.5.5** Novos casos de dispensa de Seleção Interna, não previstos no subitem 3.5.3, poderão ser propostos com a devida justificativa, pela Diretoria de Comunicação.

C. Seleção Interna Nível 3

- 3.6** Será elaborado *Briefing* e/ou solicitação de trabalho pela Diretoria de Comunicação, com todos os subsídios para que as agências possam elaborar suas propostas de solução publicitária para as necessidades de comunicação, em igualdade de condições.
- 3.6.1** Será fornecida, enviada por e-mail ou via ofício, cópia do *Briefing* e/ou solicitação de



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

trabalho às agências, em reunião previamente convocada para aprofundamento das questões técnicas de conteúdo, ou através de envio por e-mail, de mídia e de outras afetas à concepção e formulação das propostas, bem como definição da dinâmica de apresentação: data, participantes, quantidade de propostas por agência, formatos, tempo, ordem de apresentação, os documentos e/ou dados complementares que deverão ser apresentados para subsidiar a avaliação das propostas, etc.

3.6.2 A Diretoria de Comunicação definirá a forma de participação das agências no desenvolvimento da ação de publicidade, previamente no documento do *Briefing* e/ou solicitação de trabalho, ou ainda após a avaliação das propostas de solução publicitária.

3.6.3 Durante o processo de Seleção Nível 3, as agências, se de comum acordo, poderão solicitar que unam esforços para proposição conjunta de linha(s) criativa(s) e/ou de estratégia(s) de mídia e não mídia, caso julguem ser essa a melhor alternativa para atendimento da necessidade de comunicação apresentada no *Briefing* e/ou solicitação de trabalho, sem prejuízo da qualidade, tempestividade, exequibilidade e eficiência da solução publicitária proposta.

3.6.4 Na situação descrita no item anterior, caberá à Diretoria de Comunicação manifestar e decidir quanto à solicitação da proposição conjunta elaborada pelas agências.

3.6.5 A análise técnica das propostas das agências, apresentadas de forma conjunta ou isolada, será feita pela Comissão de Avaliação formada por membros da Mesa Executiva, Diretoria de Comunicação e Coordenadoria de Marketing.

3.6.6 A Comissão de Avaliação analisará as propostas com base nos critérios e atributos abaixo descritos, conforme as especificidades de cada *Briefing* e/ou solicitação de trabalho:

a) Planejamento de Publicidade: entendimento do *Briefing* e/ou solicitação de trabalho, proposição estratégica e defesa técnica;

b) Solução Criativa: adequação ao *Briefing* e/ou solicitação de trabalho, originalidade, exequibilidade e defesa técnica;

c) Estratégia de Mídia e Não Mídia: adequação ao *Briefing* e/ou solicitação de trabalho, níveis de alcance, otimização de recursos e defesa técnica.

3.6.7 A Comissão de Avaliação poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências sejam integradas, para aperfeiçoar a ação de publicidade, ou compartilhadas com vistas a otimizar sua execução.

3.6.8 A análise da Comissão de Avaliação será formalizada pela Diretoria de Comunicação por meio comunicado com a indicação da(s) proposta(s) que melhor atenda(m) à(s) necessidade(s) de comunicação, para subsidiar sua decisão quanto à escolha da proposta



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

mais adequada, quando for o caso, à forma de participação das agências na execução da ação.

3.6.9 Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, a Diretoria de Comunicação determinará às agências que apresentem nova(s) proposta(s).

3.6.10 A Comissão de Avaliação poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 3 nos casos de:

- a) Ação de publicidade que decorra de proposta de agências, em conjunto ou isoladamente, mediante análise de conveniência e oportunidade da ALEP para seu desenvolvimento, de forma devidamente justificada;
- b) Ação de publicidade com peça(s) ou linha criativa proposta por iniciativa da ALEP, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação e direitos conexos, conforme o caso;
- c) Reaproveitamento/adaptação de proposta de ação de publicidade (linha criativa ou estratégia de mídia) aprovada anteriormente em processo de Seleção Interna, mesmo que a ação não tenha sido desenvolvida;
- d) Situações peculiares e/ou que requeiram urgência na realização da ação de publicidade e não houver prazo hábil para realização dos procedimentos de Seleção Nível 3, sem que haja prejuízo no atendimento das necessidades de comunicação, de forma devidamente justificada.

3.6.11 Dada à dispensa do procedimento de seleção, e se conveniente e oportuno, a Comissão de Avaliação poderá decidir ainda pela proposição e execução compartilhada entre agência(s), conforme recomendação/parecer da Diretoria de Comunicação.

3.6.12 As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 3, por comunicado formal da Diretoria de Comunicação.

3.6.13 A critério da Diretoria de Comunicação poderá ser realizada seleção antecipada, que consiste na realização de procedimento relativo à Seleção Interna Nível 3 com vistas à obtenção de propostas para ações de publicidade que ainda não possuem decisão administrativa para seu desenvolvimento.

4. Da aprovação da proposta de solução criativa e conteúdo publicitário

4.1 A critério da Diretoria de Comunicação poderá ser solicitada a realização de pré-teste de solução criativa, em formato previamente acordado, conforme disposto no contrato com as agências de propaganda.



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

4.2 As peças publicitárias propostas serão submetidas à aprovação da Diretoria de Comunicação.

5. Da aprovação das contratações de produção publicitária

5.1 Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

5.2 Apresentar cotações de preços de fornecedores, previamente cadastrados, junto ao Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado do Paraná - CAUFPR que integra o sistema GMS – Gestão de Materiais e Serviços, observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010;

5.3 Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

5.4 Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitário e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

5.5 A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação do responsável pelas informações (nome completo, RG e e-mail);

5.6 Não havendo, entre as empresas cadastradas, uma que possa atender a demanda, a CONTRATADA poderá contratar empresa não cadastrada mediante prévia e expressa justificativa, ficando a critério da CONTRATANTE a aceitação ou não.

5.7 Sempre que entender conveniente e oportuno, a Diretoria de Comunicação poderá exigir da agência que a cotação de preços seja obtida com número de fornecedores superior a 3 (três), cuja quantidade será fixada, conforme o caso.

5.8 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato (art. 14 § 2º da Lei nº 12.232/2010), correspondente a R\$ 194.000,00 (cento e noventa e quatro mil reais), a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

5.8.1 Caberá à agência informar à Diretoria de Comunicação sobre a estimativa apurada para o valor do fornecimento de bens ou serviços que ultrapassar o montante de 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato (art. 14 § 2º da Lei nº 12.232/2010), cor-



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

respondente a R\$ 194.000,00 (cento e noventa e quatro mil reais).

- 5.8.2** A convocação e supervisão da Sessão Pública para abertura dos envelopes dos fornecedores, registrando as ocorrências em ata a ser assinada pelos presentes, competirão aos gestores administrativo e técnico do(s) contrato(s).
- 5.8.2.1** A convocação da Sessão Pública será feita mediante Aviso e publicação no Diário Oficial da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná (DOA), bem como no sítio da ALEP – Portal da Transparência <http://transparencia.alep.pr.gov.br/> no link “Compras e Licitações”, na página destinada à divulgação das informações sobre a execução contratual.
- 5.8.2.2** A Sessão Pública ocorrerá nas dependências da ALEP, na data e horário constante no Aviso publicado, e deverá contar obrigatoriamente com a presença dos gestores administrativo e técnico do(s) contrato(s), e representante da(s) agência(s) responsável(eis).
- 5.8.2.3** Abertos os envelopes, será verificado se o conteúdo das propostas contempla os itens do *Briefing* e/ou solicitação de trabalho, e, em seguida, será realizada a apuração dos preços. O detentor da proposta de menor preço será considerado habilitado ao fornecimento do bem ou serviço, os gestores administrativo e técnico do(s) contrato(s) poderão negociar com a agência a redução do valor ofertado, após análise do orçamento decupado.
- 5.8.2.4** Se durante a Sessão Pública ocorrer situações imprevistas e/ou dúvidas referentes ao conteúdo dos orçamentos apresentados, caberá aos gestores administrativo e técnico do(s) contrato(s) ponderar sobre os critérios a serem adotados, considerando o interesse público, a razoabilidade, a impessoalidade e a economicidade, buscando a escolha da proposta mais vantajosa para a ALEP.
- 5.8.2.5** A documentação apresentada na Sessão Pública poderá ser conferida posteriormente, de forma mais detalhada e/ou por intermédio de diligência pela Diretoria de Comunicação.
- 5.8.2.6** Constatada qualquer ocorrência, essa deverá ser registrada e informada ao fornecedor responsável pela apresentação do orçamento para providências necessárias à sua regularização, se for o caso.
- 5.8.3** Se julgar conveniente, a Diretoria de Comunicação poderá efetuar cotação de preços, preferencialmente, junto a fornecedores previamente cadastrados no Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado do Paraná - CAUFPR que integra o sistema GMS – Gestão de Materiais e Serviços, independentemente de valor.
- 5.9** A execução de cada bem ou serviço publicitário deverá ser previamente autorizada pela Diretoria de Comunicação.



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

5.10 Devem constar da cotação os bens ou serviços que a compõem, seus custos unitários e valor total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações.

5.10.1 Se não houver concordância quanto aos preços cotados, a Diretoria de Comunicação solicitará à agência que providencie negociação para redução dos preços, apresentação de justificativas para manutenção dos preços ou nova cotação.

5.10.2 A agência deverá fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.10.3 Nas contratações que envolverem direitos de autor e conexos, a agência encaminhará à Diretoria de Comunicação, imediatamente após a aprovação do orçamento, os instrumentos firmados com fornecedores para observância das disposições sobre tais direitos constantes do(s) contrato(s) firmados pela ALEP com a(s) agência(s).

6. Da mídia

6.1 Do Planejamento de Mídia

6.1.1 Nos procedimentos de Seleção Interna, o *Briefing* e/ou solicitação de trabalho contemplará as orientações necessárias para as agências elaborarem suas propostas de planejamento de mídia, sendo as dúvidas esclarecidas pela Diretoria de Comunicação na reunião de passagem de *Briefing* e/ou solicitação de trabalho.

6.1.2 O planejamento de mídia deve ser composto pelo(s) Plano(s) de Mídia e a(s) respectiva(s) defesa(s). Na defesa de mídia, devem estar contidos os objetivos, a estratégia e a tática de mídia, sendo observadas as seguintes recomendações:

6.1.2.1 Objetivos de mídia - definição de variáveis que nortearão a programação de meios e veículos de comunicação e divulgação, tais como, alcance do público-alvo, frequência média e período ou continuidade de veiculação;

6.1.2.2 Estratégia de mídia - definição dos meios apropriados para o efetivo alcance dos objetivos de mídia, levando-se em consideração período, público-alvo, índices de penetração e afinidade dos meios, solução criativa e investimento para a realização da ação;

6.1.2.3 Tática de mídia - apresentação detalhada da maneira como a estratégia de mídia será executada, em que constarão os critérios técnicos de programação dos veículos e de definição dos respectivos investimentos e negociações, as justificativas dos formatos, a defesa de programação ou faixas horárias, quando for o caso, e ainda a justificativa dos períodos de veiculação;



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

- 6.1.3** Nas Seleções Internas exclusivas de linhas criativas, a Diretoria de Comunicação encaminhará as orientações para elaboração do planejamento de mídia apenas para a agência detentora da proposta escolhida no processo de seleção.
- 6.1.4** Nos casos de execução compartilhada de ação publicitária, as orientações para a elaboração do planejamento de mídia serão repassadas para as agências envolvidas no desenvolvimento da ação.
- 6.1.5** Em data previamente acordada, a(s) agência(s) apresentará(ão) o planejamento de mídia para avaliação da Diretoria de Comunicação, que poderá solicitar ajustes e melhorias.
- 6.1.6** Depois de realizadas todas as correções necessárias, a agência responsável encaminhará o Plano de Mídia para aprovação da Diretoria de Comunicação.
- 6.1.7** Caso ocorra "não encaixes", falhas e alterações, será encaminhada à Diretoria de Comunicação a versão atualizada do Plano de Mídia autorizado.
- 6.1.8** Caso alguma inserção e ou formato planejado não esteja mais disponível no momento da compra, a agência pode buscar novos espaços, datas ou programas disponíveis (que estejam em consonância com as estratégias do Plano de Mídia inicialmente aprovado).
- 6.1.9** Caberá à(s) agência(s) responsável(eis) pela ação manter(em) o Plano de Mídia atualizado mesmo após todas as alterações de espaços, formato, datas, programas, etc. Cabe(m) ainda à(s) agência(s) conservar(em) a primeira versão do Plano de Mídia autorizado pela Diretoria de Comunicação para veiculação.
- 6.2 Das falhas e reutilizações de veiculações**
- 6.2.1** Após iniciadas as veiculações é de responsabilidade da agência o acompanhamento das inserções junto aos veículos e detecção de falhas na veiculação, informando à Diretoria de Comunicação caso ocorram alterações com relação à programação autorizada inicialmente.
- 6.2.2** Caberá à Diretoria de Comunicação a decisão sobre a utilização, ou não, dos valores não contratados em virtude de falhas na programação, observando o planejamento estratégico e tático inicialmente aprovado.
- 6.2.3** O (s) valor (es) do(s) Plano(s) de Mídia da ação (ou a soma dos valores de todos os planos), após todos os encaixes, falhas e compensações, não pode(m) ser superior(es) ao montante inicialmente aprovado na demanda, a menos que haja complementação de recursos com essa finalidade.



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

6.3 Da autorização de Execução do (s) Trabalho(s) pela(s) agência(s).

6.3.1 A (s) agência (s) somente poderá(ão) iniciar a execução dos trabalhos após o recebimento do Empenho e Ordem de Serviços emitidos pelos setores responsáveis da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, bem como aprovação/autorização formal pela Diretoria de Comunicação dos documentos da agência, tais como a (s) Autorização (ões) de Publicação (ões) e o (s) Orçamento (s) de Custo(s).

6.4 Da comprovação de veiculação

6.4.1 No tocante à comprovação de veiculação, a agência deve apresentar, conforme cada meio de divulgação e sem ônus para a ALEP, os seguintes comprovantes:

- a) **Revista:** exemplar original;
- b) **Jornal impresso:** exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;
- c) **Demais meios:** relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada perante a ALEP a impossibilidade de fazê-lo, nos termos dos contratos que firmou com as agências.

6.4.1.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos do(s) contrato(s) firmado(s) pela ALEP com a(s) agência(s), a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a agência deverá apresentar:

- I. **TV, Rádio e Cinema:** documento usualmente emitido pelo veículo (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;
- II. Como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a agência poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I 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 no inciso I deste subitem.
- III. Como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e II deste subitem, a agência 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



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

(quando for o caso), dia e horário da veiculação.

IV. **Mídia Exterior:**

IV. 1) **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;

IV.2) **Mídia Digital Out Off Home:** relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, 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, 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;

IV.3) **Veículos de Som:** relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os veículos 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. Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 1(um) minuto, de pelo menos 30%(trinta por cento) do total de veículos 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.

V. **Mídiaportal, blog, site:** relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia e/ou relatório de veiculação emitido com o número de impressão/visualização e printdiária da página com a data e banner veiculado, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro.

7. **Do Relatório de Resultados da Campanha**

7.1 **Da elaboração do Relatório de Resultados da Campanha**

7.1.1 O Relatório de Resultados da Campanha deve conter o detalhamento das veiculações realizadas, bem como o comparativo entre o(s) Plano(s) de Mídia veiculado(s) e a estratégia prevista inicialmente, por meios.



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

7.1.2 No Relatório deve ser possível identificar se o planejamento previsto inicialmente foi integralmente executado, bem como o detalhamento das alterações que houve entre a versão inicial e final do Plano de Mídia.

7.1.3 O Relatório de Resultados deve apresentar ainda a conclusão da agência acerca da veiculação realizada e os resultados alcançados.

7.1.4 A agência deve apresentar o Relatório de Resultados da ação até o último dia do mês subsequente ao encerramento das veiculações.

8. Do recebimento de material publicitário

8.1 O material publicitário que envolva controle de estoque será encaminhado pelas agências à Assembleia Legislativa do Estado do Paraná e seu recebimento será formalizado por meio de nota fiscal e/ou comprovante de entrega.

8.1.1 Os documentos de entrega deverão conter a especificação e a quantidade do material.

8.1.2 O material será entregue na Diretoria de Comunicação, mediante a apresentação da nota fiscal ou outro documento equivalente que comprove a entrega, com assinatura do protocolo de recebimento e declaração de conferência do material recebido.

8.1.3 No caso de o material ser entregue fora das dependências da ALEP, o responsável pelo recebimento deverá encaminhar à Diretoria de Comunicação nota fiscal ou documento equivalente comprobatório do recebimento, com manifestação sobre sua regularidade.

8.2 Nos casos em que o material for destinado à veiculação, poderá ser entregue diretamente aos veículos constantes no Plano de Mídia autorizado.

8.2.1 A agência executora será responsável pelo encaminhamento das notas fiscais e comprovantes de entrega por meio do Drive Institucional da ALEP.

8.3 No ato de recebimento do material, o responsável deve verificar a regularidade do documento de entrega, bem como a correspondência entre o material entregue e o que foi contratado.

8.3.1 A divergência entre o material contratado e o entregue não impede seu recebimento, desde que seja possível avaliar, de imediato, que a diferença não traz prejuízos à Administração ou que poderá ser suprida sem ônus. Nesse caso, o responsável pelo recebimento deverá fazer constar do comprovante de entrega a não conformidade do material.

9. Liquidação e Pagamento de Despesas

9.1 Para a liberação do pagamento, a agência deverá encaminhar a (s) Autorização de Publicação(s) - AP e/ou Orçamento(s) de Custos - OC - aprovados e devidamente



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

assinados pela Diretoria de Comunicação, com a descrição do(s) serviço(s) autorizado(s) e executado(s), tais como, nome fantasia, nome empresarial e CNPJ dos fornecedores, e, com descrição dos valores negociados (art. 15 da Lei nº 12.232/2010) por meio do Drive Institucional da ALEP, cujo endereço eletrônico será fornecido pela Assembleia Legislativa do Estado do Paraná no momento da contratação com a indicação do(s) responsável(is) de cada agência, sendo de acesso restrito e exclusivo do respectivo responsável pelo procedimento com os seguintes documentos: Nota Fiscal/Fatura da Agência; Cadastro da Agência extraído do GMS atualizado; Nota Fiscal/Fatura do Fornecedor; Cadastro do Fornecedor extraído do GMS atualizado; AP (Autorização de Publicação) e/ou OC (Orçamento de Custos) com no mínimo três orçamentos (conforme o caso); PI (Pedido de Inserção); Declaração de Habilitação (Decreto Estadual nº 2485/2019); Declaração Artº 299 do Código Penal; Comprovantes de Veiculação e/ou Comprovantes de Produção (arquivos eletrônicos como vídeo, foto, folheto, revista, spot).

- 9.2 O pagamento de cada fatura deverá ser realizada em um prazo não superior a 30 (trinta) dias contados a partir da data de abertura de protocolo de pagamento no Sistema Eletrônico de Informações-SEI da ALEP, após comprovadas o adimplemento da contratada em todas as suas obrigações, já deduzidas as glosas e notas de débitos.
- 9.3 A Assembleia Legislativa do Estado do Paraná reserva o direito de não atestar a Nota Fiscal para o pagamento se os serviços fornecidos não estiverem em conformidade com as exigências do *briefing*, ao Plano de Mídia e/ou a falta de documentos comprobatórios da veiculação ou produção da peça.
- 9.4 Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal ou dos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará pendente até que o fornecedor providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para a ALEP.
- 9.5 O recebimento definitivo se dará no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da entrega dos produtos/serviços a ALEP, com a abertura do protocolo de pagamento no Sistema SEI, para verificação da qualidade, quantidade e conformidade do material/serviço com a proposta e consequente aceitação.
- 9.6 O pagamento somente será autorizado depois de efetuado o “atesto” pelo servidor competente, condicionado este ato à verificação da conformidade da Nota Fiscal apresentada em relação aos produtos entregues/serviços executados.
- 9.7 Nenhum pagamento será efetuado ao fornecedor, enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta pela ALEP, em virtude de penalidade ou inadimplemento das obrigações, sem que isso gere direito a acréscimos de qualquer natureza, nos termos da legislação vigente e do Edital.
- 9.8 Os preços propostos serão considerados fixos, ressalvadas as hipóteses de admissibilidade de reajuste previstos na Lei Federal nº 14.133/2021, e os casos previstos nos artigos 169 e 170, do Decreto Estadual nº 10.086/2022.
- 9.9 A Diretoria de Comunicação deverá observar que a agência, quando for remunerada pelo desconto de agência na veiculação junto à mídia:
 - a) Não fará jus a nenhum ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados nem das despesas referentes ao serviço de planejamento e execução de pesquisas de pré-testes de campanha, peça e material publicitários por ela executados.



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

- b) Não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores referentes à produção e à execução de peça e ou material.
- 9.10 Na análise da documentação para liquidação da despesa, a Diretoria de Comunicação deverá obedecer à ordem cronológica das datas de exigibilidade das obrigações conforme art. 141 da Lei nº 14.133/2021.
- 9.11 Na hipótese de devolução à agência, a documentação será considerada como não apresentada para fim de contagem de prazo e liquidação de despesa.
- 9.12 Caso constate nos documentos de cobrança erro, irregularidade ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, a Diretoria de Comunicação poderá devolvê-los à agência responsável, para as devidas correções.
- 9.13 Na ocorrência de falhas diretas de veiculação, ou seja, nos casos em que o valor unitário ficar explícito no Pedido de Inserção (PI), a agência emissora do PI apresentará à Diretoria de Comunicação o comprovante do veículo e documento com a descrição das falhas e seus respectivos valores para abatimento do preço negociado no Plano de Mídia.
- 9.14 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/serviços ou no cumprimento de obrigações contratuais.
- 9.15 Decorrido o prazo de adimplemento da multa, caso esta não tenha sido paga, os valores serão descontados da fatura apresentada.
- 9.16 Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido, de alguma forma, para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela CONTRATANTE, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela, é calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$EM = I \times N \times VP$, sendo:

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

$I = (TX)$	$I = \frac{(6/100)}{365}$	$I = 0,00016438$ TX = Percentual da taxa anual = 6%
------------	---------------------------	--

- 9.17 Os custos e as despesas de veiculação apresentados à CONTRATANTE para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido aos Veículos, de sua tabela de preços, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem.
- 9.18 As Notas Fiscais/Faturas devem ser emitidas pelos Veículos e Fornecedores contra a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná – ALEP, e a licitante, por sua vez, emitirá Nota Fiscal a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná – ALEP, contendo histórico e descrição completa dos serviços prestados.



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

9.19 Compete aos Veículos e Fornecedores, bem como a(s) licitante(s), efetuar as eventuais retenções tributárias devidas sobre o valor da Nota Fiscal/Fatura, em conformidade com os seus respectivos regimes tributários (Simples Nacional, Lucro Real ou Lucro Presumido) e com as exigências previstas na legislação vigente; no que couber.

10. Da avaliação de ações publicitárias

10.1 A critério da Diretoria de Comunicação, poderá ser solicitada a realização de pré-teste de solução criativa em formato previamente acordado, conforme disposto no(s) contrato(s) com a(s) agência(s) de propaganda.

10.2 Para realização de pesquisa qualitativa de pré-teste será considerado como parâmetro o investimento inicialmente previsto para ação de publicidade. Não serão considerados, portanto, aportes posteriores de recursos, salvo se ocorrerem antes do início do desenvolvimento da ação e em tempo hábil para realização da pesquisa.

11. Da avaliação de desempenho das agências de propaganda

11.1 A Assembleia Legislativa do Estado do Paraná avaliará os serviços prestados pela(s) agência(s) de propaganda, uma vez por ano, e pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

11.2 A avaliação será efetuada no formulário Avaliação de Desempenho de Agência de Propaganda (Anexo I), a ser preenchido pelos servidores das áreas que possuem relacionamento com as agências de propaganda.

11.3 Os servidores que mantêm relacionamento com a agência avaliada devem ser ouvidos antes do preenchimento do formulário.

11.4 Cópia do formulário de Avaliação de Desempenho de Agência de Propaganda deverá ser encaminhada aos gestores e/ou fiscal do contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

11.5 Essa avaliação deverá ser considerada para:

- I. Apurar a necessidade de solicitar correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados pelas agências;
- II. Decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual;
- III. Fornecer declarações sobre o seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações, quando solicitado pela agência.



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

ANEXO I

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA

Nome do anunciante

Agência avaliada

Início da vigência do contrato

Nome e cargo do avaliador

Assinatura do avaliador

1. Estudo e planejamento

- Entendimento dos problemas de comunicação do anunciante. Conhecimento da problemática do anunciante, de sua inserção social e mercadológica, seus pontos fortes e pontos fracos.
- Uso de pesquisas para conhecimento dos segmentos de público mais importantes (target) no relacionamento publicitário do anunciante; conhecimento de seus valores, atitudes e comportamentos e de seu modo de interagir com - e expectativas em relação a - o anunciante. Visão integrada da comunicação.
- Capacidade de identificar alternativas de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor dentre as cogitadas. Conhecimento e análise das ações de comunicação realizadas pela concorrência ou por defensores de pontos de vista diversos ou contrários. Acompanhamento, por iniciativa e conta próprias, e utilização de pesquisas relacionadas com a área de atuação do anunciante.
- Visão estratégica: capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, os públicos, a comunicação concorrente ou adversa, os objetivos do anunciante e as verbas disponíveis. Avaliação de campanhas realizadas e aproveitamento dos resultados em trabalhos subsequentes.
- Disponibilidade dos profissionais de planejamento e pesquisa para discutir problemas com os técnicos do anunciante.

a) Não atendeu. ()

b) Atendeu abaixo do esperado ()

c) Atendeu próximo do esperado ()

d) Atendeu o esperado ()

e) Atendeu mais que o esperado ()

f) Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade()

Comentários:

2. Criação

- Respeito ao público, à sua cultura e aos seus valores.
- Pertinência, originalidade e simplicidade das ideias criativas.
- Acerto das soluções propostas para os problemas apresentados; adequação ao *briefing*.



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

- Engenhosidade na concepção das peças; capacidade de produzir surpresa e encanto, quando for o caso.
 - Consistência da estratégia e dos partidos de criação propostos com os objetivos institucionais ou mercadológicos do anunciante; respeito à personalidade institucional do anunciante e à sua identidade visual.
 - Objetividade. A criação está realmente a serviço do cliente, e não da promoção da capacidade criativa da agência.
 - Conhecimento do setor e das ações de comunicação concorrentes ou adversas, revelado ou implícito nas soluções apresentadas.
 - Manutenção de bons padrões de acabamento; amadurecimento das ideias e correção das informações nas peças apresentadas para exame e aprovação (leiautes, textos, roteiros, storyboards).
 - Domínio de novos materiais, novas técnicas de produção e linguagens; atualização constante.
 - Rapidez.
 - Integração com o atendimento e o planejamento.
 - Acesso dos representantes do anunciante ao pessoal de criação.
- a) Não atendeu. ()
- b) Atendeu abaixo do esperado ()
- c) Atendeu próximo do esperado ()
- d) Atendeu o esperado ()
- e) Atendeu mais que o esperado ()
- f) Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade()

Comentários:

3. Produção

- Qualidade artística e artesanal. Competência para preservar e incrementar a qualidade de textos, roteiros, leiautes e originais em geral. Acabamento.
 - Adequação, propriedade. Integração com o atendimento.
 - Capacidade de cumprir prazos, sem sacrifício da qualidade.
 - Prática de custos compatíveis com os de mercado, especialmente em comparação com o setor privado. Tempestividade na apresentação de estimativas de custos.
 - Capacidade de buscar soluções de produção que minimizem custos. Planejamento visando economia na utilização dos materiais produzidos.
 - Domínio de novas técnicas, processos e materiais. Atualização.
 - Capacidade de negociação junto a fornecedores (qualidade, prazos, custos). Transferência, ao anunciante, de vantagens obtidas nas negociações. Absorção de custos internos.
 - Cumprimento de compromissos assumidos por ocasião da licitação.
- a) Não atendeu. ()
- b) Atendeu abaixo do esperado ()



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

- c) Atendeu próximo do esperado ()
- d) Atendeu o esperado ()
- e) Atendeu mais que o esperado ()
- f) Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade()

Comentários:

4. Mídia: estudo e planejamento

- Acompanhamento regular, por meio de estudos e pesquisas, da evolução dos hábitos de consumo de comunicação do público em geral e, em especial, dos segmentos mais importantes para a comunicação do anunciante.
- Iniciativa na prospecção de novos meios, inclusive de não mídia, assim entendidos os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.
- Competência para simular alternativas de mix de mídia e indicar a melhor cobertura do target, à vista dos objetivos e recursos do anunciante.

- a) Não atendeu. ()
- b) Atendeu abaixo do esperado ()
- c) Atendeu próximo do esperado ()
- d) Atendeu o esperado ()
- e) Atendeu mais que o esperado ()
- f) Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade()

Comentários:

5. Execução de mídia (compra e acompanhamento)

- Competência negocial para obter boas colocações nas inserções, oportunidades especiais, descontos sobre preços de tabela, bonificações, reaplicações, prazos de pagamento - tudo em benefício do anunciante.
- Descrição.
- Entrosamento com o atendimento. Tempestividade e forma de apresentação das estimativas de custos.
- Agilidade para propor reformulações do plano ou da programação diante de alterações de conjuntura.
- Compatibilidade da execução da compra com a verba designada pelo anunciante.
- Capacidade de conseguir compensações por falha do veículo (tais como truncamento da inserção, defeito de impressão), inclusive colocações inaceitáveis.
- Sistemática de checagem das veiculações em todos os meios; confiabilidade dos instrumentos de aferição empregados na checagem.
- Cumprimento dos compromissos assumidos por ocasião da licitação.

- a) Não atendeu. ()
- b) Atendeu abaixo do esperado ()



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

- c) Atendeu próximo do esperado ()
- d) Atendeu o esperado ()
- e) Atendeu mais que o esperado ()
- f) Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade()

Comentários:

6. Metas

- Atingimento de metas e objetivos institucionais e mercadológicos, comprovado em pesquisas de campo. Se não existirem levantamentos objetivos, a nota pode ser atribuída com base em outro tipo de avaliação, o que deve ser explicitado no campo reservado aos comentários.

- a) Não atendeu. ()
- b) Atendeu abaixo do esperado ()
- c) Atendeu próximo do esperado ()
- d) Atendeu o esperado ()
- e) Atendeu mais que o esperado ()
- f) Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade()

Comentários:

7. Grupo de atendimento

- Conhecimento do anunciante e das ações de comunicação concorrentes ou adversas.
- Disponibilidade. Pontualidade. Rapidez e tempestividade. Eficácia da sistemática de registro de reuniões/visitas/telefonemas e no acompanhamento de pendências (followup).
- Objetividade e racionalidade. Interesse e disponibilidade para debater e considerar opiniões diversas das da agência. Honestidade e franqueza na defesa de trabalhos e opiniões.
- Maturidade e experiência. Capacidade de identificar e relatar antecipadamente problemas, evitando que fiquem fora de controle. Otimismo e flexibilidade nos momentos críticos.
- Capacidade de manter o trabalho da agência dentro do planejamento estratégico.
- Entrosamento com todas as áreas da agência. Capacidade de relacionar-se positivamente com o pessoal das áreas-fim do anunciante.
- Rapidez na correção de falhas de procedimento apontadas. Capacidade de manter padrão de qualidade adequado nos materiais trazidos para aprovação: materiais bem elaborados, quanto à forma e ao conteúdo.
- Confiabilidade. Capacidade e disposição de 'vestir a camisa' do anunciante.

- a) Não atendeu. ()
- b) Atendeu abaixo do esperado ()



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

- c) Atendeu próximo do esperado ()
- d) Atendeu o esperado ()
- e) Atendeu mais que o esperado ()
- f) Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade()

Comentários:

8. Administração e finanças

- Organização.
 - Correção dos dados e documentos.
 - Tempestividade e forma de apresentação de faturas.
 - Administração de pagamentos; segurança e rapidez nos pagamentos a fornecedores e veículos.
 - Entrosamento com o atendimento.
- a) Não atendeu. ()
 - b) Atendeu abaixo do esperado ()
 - c) Atendeu próximo do esperado ()
 - d) Atendeu o esperado ()
 - e) Atendeu mais que o esperado ()
 - f) Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade()

Comentários:

9. Serviços Especiais, fornecidos sem ônus. Disponibilização regular de:

- Pesquisas sobre hábitos de consumo de comunicação;
 - Levantamentos de investimentos publicitários da concorrência;
 - Serviço de clipping (impresso/eletrônico);
 - Coletâneas de campanhas e peças sobre temas correlatos, incluído material distribuído por festivais publicitários.
 - Textos atuais sobre tendências e inovações em comunicação e marketing; - palestras sobre temas de interesse profissional;
 - Vagas em eventos relacionados à atividade fim do anunciante e à área de comunicação e marketing.
- a) Não atendeu. ()
 - b) Atendeu abaixo do esperado ()
 - c) Atendeu próximo do esperado ()
 - d) Atendeu o esperado ()
 - e) Atendeu mais que o esperado ()
 - f) Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade ()

Comentários:



Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Diretoria de Apoio Técnico

PROTOCOLO Nº 03404-88.2024 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

10. Atendimento Global

- Participação e envolvimento dos dirigentes máximos da agência.
- Capacidade de atuar decisivamente e fornecer resultados de qualidade.
- Qualificação do conjunto de profissionais alocados ao atendimento da conta, em todas as áreas da agência. Observância da prática de consultar o anunciante antes da substituição de profissionais alocados a seu atendimento.
- Tempestividade e pontualidade das soluções para os problemas apresentados.
- Estrutura, na cidade-sede do anunciante, compatível com as necessidades deste.
- Cumprimento dos compromissos assumidos por ocasião da licitação, inclusive os relacionados a custos.
- Envolvimento global com os problemas e necessidades do anunciante

- a) Não atendeu. ()
- b) Atendeu abaixo do esperado ()
- c) Atendeu próximo do esperado ()
- d) Atendeu o esperado ()
- e) Atendeu mais que o esperado ()
- f) Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade()

Comentários:

11. Conclusão