Câmara Municipal de Curitiba

CONCORRÊNCIA PÚBLICA	RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS:
Nº 01/2026 **TIPO:** Técnica e Preço **PROCEDIMENTO:** modo de disputa fechado	**Data:** 09/03/2026 **Horário:** 09:00 **Local:** Auditório da Câmara Municipal de Curitiba. Rua Barão do Rio Branco, 720, Anexo II, Centro, Curitiba. **Será sempre considerado o horário de Brasília (DF) para todas as indicações de tempo constantes neste Edital**

OBJETO: Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, para atender às demandas da Câmara Municipal de Curitiba.

FORMA E REGIME DE EXECUÇÃO: Execução indireta, sob a regência da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e aplicação, de forma complementar, da Lei Federal nº 14.133, de 01 de abril de 2021, da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e do Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966.

VALOR: R$ 6.900.000,00 (seis milhões e novecentos mil reais).

RETIRADA DO EDITAL: O Edital poderá ser obtido na internet, nos seguintes endereços eletrônicos: https://www.transparencia.curitiba.pr.gov.br/sgp/licitacoes.aspx e no Portal Nacional de Contratações Públicas - PNCP.

MAIORES INFORMAÇÕES E PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS: pelo endereço eletrônico licitapublicidade@cmc.pr.gov.br.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

SUMÁRIO DO EDITAL

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS..... 4
2. RETIRADA DO EDITAL..... 4
3. ESCLARECIMENTOS, IMPUGNAÇÕES E RECURSOS..... 4
4. OBJETO..... 4
5. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO..... 5
6. ALTERAÇÃO SUBJETIVA..... 6
7. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS..... 6
8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES..... 7
9. PROCEDIMENTO DE ENTREGA E RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS..... 7
10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA..... 10
11. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS..... 18
12. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS..... 22
13. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS..... 23
14. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS..... 24
15. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOC. DE HABILITAÇÃO..... 25
16. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO..... 27
17. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA..... 28
18. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS..... 28
19. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO..... 31
20. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS..... 31
21. RECURSOS ADMINISTRATIVOS..... 31
22. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS..... 32
23. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS E CONTRATUAIS..... 32
24. GARANTIA..... 34
25. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS..... 34
26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO..... 35
27. FISCALIZAÇÃO..... 35
28. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES..... 35
29. VEDAÇÃO AO NEPOTISMO..... 37
30. DISPOSIÇÕES GERAIS..... 37
ANEXO I-A - TERMO DE REFERÊNCIA..... 41
ANEXO I-B - BRIEFING..... 54
ANEXO II - MODELO DE PROCURAÇÃO/CREDENCIAMENTO..... 58
ANEXO III - MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE TRATA O ART. 63, I, DA LEI FEDERAL N° 14.133/2021..... 59
ANEXO IV-A - PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO..... 60
ANEXO IV-B - DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA..... 61
ANEXO IV-C - DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO..... 62

ANEXO V - MODELO DE DECLARAÇÃO.....63
ANEXO VI - MODELO DA DECL. DE INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES....64
ANEXO VII - MINUTA DE CONTRATO.....65
ANEXO VIII - DECLARAÇÃO DE LGPD..... 88
ANEXO IX - DECLARAÇÃO DE NÃO PARENTESCO..... 89
ANEXO X-A - MANUAL DE PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA ENTRE AS AGÊNCIAS..... 90
ANEXO X-B - AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA.....100

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. A Câmara Municipal de Curitiba, doravante denominada CMC, por intermédio da Comissão Especial de Licitação nomeada pela Portaria 02/2026 CMC, torna público aos interessados que realizará concorrência, do tipo técnica e preço, na forma presencial, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1.2. A licitação e as contratações dela decorrentes são reguladas pelas disposições previstas neste edital e pelo disposto em seus anexos e serão regidas pela Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010 e, de forma complementar, pela Lei Federal nº 14.133 de 01 de abril de 2021, pela Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e pelo Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966.

1.3. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, na forma prevista neste edital e em seus anexos.

2. RETIRADA DO EDITAL

2.1. Este Edital poderá ser obtido na internet, nos seguintes endereços eletrônicos: https://www.transparencia.curitiba.pr.gov.br/sgp/licitacoes.aspx e estará disponível, também, no PNCP.

2.2. Os interessados em participar desta licitação se obrigam a acompanhar eventuais alterações e/ou informações sobre esta concorrência.

3. ESCLARECIMENTOS, IMPUGNAÇÕES E RECURSOS

3.1. ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES:

3.1.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei Federal n.º 14.133, de 2021 e Lei Federal nº 12.232, de 2010, 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, pelo endereço eletrônico licitapublicidade@cmc.pr.gov.br, 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.

3.2. RECURSOS E CONTRARRAZÕES:

3.2.1. As razões de recurso e as contrarrazões poderão ser enviadas exclusivamente por meio eletrônico, observando as regras dispostas no item 21 deste Edital.

3.3. DISPONIBILIDADE DOS AUTOS:

3.3.1. No curso da licitação, os autos do processo licitatório permanecerão com vista franqueada aos interessados no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Curitiba: https://www.transparencia.curitiba.pr.gov.br/sgp/licitacoes.aspx

4. OBJETO

4.1. A presente licitação tem por objeto a contratação de serviços de publicidade, assim considerados 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, nos termos do Termo de Referência que integra este Edital como Anexo I-A.

4.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas até 02 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes, proponentes ou contratadas.

4.2.1. As agências de propaganda contratadas atuarão por conta e ordem da Câmara Municipal de Curitiba na contratação de veículos e meios de

divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias e de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução do objeto descrito no Anexo I-A.

4.2.2. Os serviços objetos da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n° 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n° 12.232/2010.

4.2.3. A contratação de até 02 (duas) agências de propaganda observa a justificativa técnica constante do Termo de Referência (Anexo I-A), especialmente quanto à necessidade de continuidade, capacidade operacional e diversidade de soluções para atendimento das demandas institucionais da CMC.

4.3. As agências contratadas não poderão subcontratar outras agências de propaganda para a execução do objeto contratado nesta licitação.

4.4. As agências atuarão de acordo com a solicitação da Câmara Municipal de Curitiba, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão exclusividade em relação a nenhuma das atividades descritas no Anexo I-A do Edital.

4.5. As atividades e ações decorrentes da execução do contrato deverão zelar pelo caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

4.6. Fica estabelecida a forma de execução indireta, sob a regência da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010; e aplicação, de forma subsidiária, da Lei nº 14.133, de 01 de abril de 2021 e da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965; e das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP; além das demais legislações correlatas e de outras normas aplicáveis ao objeto deste certame e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

4.7. O valor total estimado para a execução do objeto deste certame é de R$6.900.000,00 (seis milhões e novecentos mil reais).

4.7.1. A estimativa de valor prevista constitui-se em mera previsão, não estando a CMC obrigada a realizá-la em sua totalidade e não cabendo às licitantes vencedoras o direito de pleitear qualquer tipo de indenização.

5. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1. Poderão participar deste certame licitatório as agências de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 4.680/1965 e Lei Federal nº 12.232/2010, que preencherem as condições e requisitos estabelecidos neste Edital e na legislação aplicável.

5.2. Não será permitida a participação de empresas em regime de consórcio, conforme justificativa técnica e econômica constante no Termo de Referência.

5.3. Não poderão participar desta concorrência as agências de propaganda que:

5.3.1. tenham sido declaradas inidôneas no âmbito da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, em qualquer esfera da Administração Pública;

5.3.2. constituíram as pessoas jurídicas que foram apenadas conforme o item 5.3.1 enquanto perdurarem as causas das penalidades, independentemente de nova pessoa jurídica que vierem a constituir ou de outra em que figurarem como sócios;

5.3.3. tenham sócios comuns com as pessoas jurídicas referidas no item 5.3.2;

5.3.4. não funcionem no País, se encontrem sob falência, dissolução ou liquidação, bem como as pessoas físicas sob insolvência;

5.3.5. mantenha 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;

5.3.6. da qual servidores ou dirigentes de órgão ou de entidade municipal

figurem como sócios, dirigentes ou da qual participem indiretamente; é também vedada a participação de servidor ou dirigente de órgão ou entidade estadual enquanto pessoas físicas.

5.3.6.1. Considera-se participação indireta a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista.

5.3.7. As pessoas físicas e jurídicas de que trata o art. 14 da Lei Federal n.º 14.133, de 2021.

5.3.8. Cujo invólucro n° 01:

5.3.8.1. apresente qualquer informação, marca, sinal, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do arquivo n° 02;

5.3.8.2. esteja danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n° 02.

5.4. O(a) Agente de Contratação verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação.

5.5. Nenhum licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

5.6. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

5.6.1. a observância dos preceitos legais e regulamentos em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo;

5.6.2. a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação, o arquivo padronizado previsto neste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;

5.6.3. a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste edital e de seus anexos;

5.6.4. a obrigatoriedade de manter todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para a contratação, obrigando-se o licitante a declarar, sob as penas da lei, a superveniência de fato impeditivo à participação, quando for o caso, conforme o Modelo do Anexo VI desta carta convocatória.

5.7. O licitante assume todos os custos decorrentes da elaboração de propostas e da apresentação de documentos de habilitação exigidos neste certame, ficando a Unidade Contratante isenta de qualquer responsabilidade por tais custos, independentemente do resultado do procedimento licitatório.

5.8. O prazo de validade da proposta não será inferior a 120 (cento e vinte) dias, a contar da data de sua apresentação.

5.9. Antes de expirar a validade original da proposta, a Comissão Julgadora da Licitação poderá solicitar à proponente que declare a sua intenção de prorrogar o prazo previsto no item anterior. As respostas se farão por escrito, preferencialmente, por meio eletrônico.

5.9.1. Não será admitida a modificação da proposta pelo licitante que aceitar prorrogar a sua validade.

6. ALTERAÇÃO SUBJETIVA

6.1. É admissível a continuidade do Contrato administrativo quando houver fusão, cisão ou incorporação do Contratado com outra pessoa jurídica, desde que:

6.1.1. sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original;

6.1.2. sejam mantidas as demais cláusulas e condições do Contrato; e

6.1.3. não haja prejuízo à execução do objeto pactuado, nem restrição à capacidade do contratado de concluir o contrato, e haja a anuência expressa da Administração à continuidade do contrato.

6.2. A alteração subjetiva a que se refere este item deverá ser formalizada por Termo Aditivo ao Contrato.

7. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

7.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das

licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados.

7.2. Os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços, serão recebidos como segue:
Data: 09/03/2026
Horário: 09:00
Local: Auditório da Câmara Municipal de Curitiba. Rua Barão do Rio Branco, 720, Anexo II, Centro, Curitiba.

7.2.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

7.3. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação.

7.4. O invólucro n° 5, contendo os documentos de Habilitação, serão recebidos e abertos em dia, local e horário, a serem posteriormente designados pela Comissão Especial de Licitação.

7.5. A Comissão Especial de Licitação exigirá do representante legal do licitante, na abertura da sessão pública, declaração, sob as penas da lei, de que reúne as condições de habilitação exigidas no edital, conforme modelo constante no Anexo III.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante legal ou procurador da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento oficial de identificação com foto, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

8.1.1. Serão considerados documentos oficiais de identificação: Carteira de Identidade, Carteira Nacional de Habilitação, Carteira de Trabalho, Carteira Profissional, Carteira de Identificação Funcional, Registro Nacional de Estrangeiro e Passaporte.

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

8.1.3. A representação por preposto que não seja representante estatutário ou legal dar-se-á mediante procuração, por instrumento público ou particular, observados os poderes mínimos do modelo constante no Anexo II. Tratando-se de instrumento particular, este deverá ser apresentado em papel timbrado, firmado pelos representantes legais (inclusive eletronicamente), com firma reconhecida ou acompanhada de declaração de autenticidade por advogado. É indispensável a apresentação conjunta do ato que comprove a legitimidade do outorgante para constituir mandatários.

8.1.4. Os documentos previstos nos dois itens anteriores, bem como a declaração de cumprimento dos requisitos de habilitação (Anexo III) deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação no momento de abertura da sessão pública, apartados dos arquivos das Propostas e, quando for o caso, dos documentos de habilitação.

8.2. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção das Propostas Técnicas e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões.

8.3. Na hipótese de substituição do representante credenciado no decorrer do processo licitatório, deverá ser realizado novo credenciamento.

9. PROCEDIMENTO DE ENTREGA E RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS

9.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue na forma estabelecida no item 7.2, respeitado o prazo mínimo de 35 (trinta e cinco) dias úteis contados a partir da

data de divulgação do edital de licitação.

9.2. A Sessão Pública de Recebimento das Propostas será processada de acordo com as etapas descritas a seguir:

9.2.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação, acondicionada nos invólucros n° 1, n° 2 e n° 3, nos termos deste edital.

9.2.1.1. Invólucro n° 1: O invólucro n°1 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos itens seguintes.

9.2.1.1.1. No invólucro n° 1, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os itens 10.3 e seguintes deste edital.

9.2.1.1.2. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão Especial de Licitação.

9.2.1.1.3. O invólucro padronizado para a apresentação de Proposta Técnica – Invólucro n° 1, deverá ser retirado pela interessada durante o horário de expediente da Câmara Municipal de Curitiba, na Diretoria de Contratações, sito na Rua Barão do Rio Branco, n.º 693, Centro, Curitiba/PR, mediante prévio agendamento pelo endereço eletrônico licitapublicidade@cmc.pr.gov.br.

9.2.1.1.4. O invólucro n° 01 deverá ser entregue pela proponente somente com o fechamento próprio do invólucro, sem qualquer outra forma de lacre, sem assinatura ou rubrica e sem qualquer identificação que não seja a disposta neste Edital.

9.2.1.1.5. Para preservar – até a abertura do invólucro n° 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitário, o invólucro n°1 não poderá:

9.2.1.1.5.1. ter identificação alguma;

9.2.1.1.5.2. apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

9.2.1.1.5.3. estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

9.2.1.2. Invólucro nº 2: O invólucro n° 2 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos itens seguintes:

9.2.1.2.1. No invólucro n° 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o item 10.8.

9.2.1.2.2. O invólucro n°2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro n° 2

- Proposta técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
- Nome empresarial e CNPJ da licitante
- Concorrência n° 01/2026

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

9.2.1.3. Invólucro n° 3: O invólucro n° 3 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos itens seguintes:

9.2.1.3.1. No invólucro n° 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os itens 10.9 a 10.17.

9.2.1.3.2. O Invólucro n° 3 deverá estar fechado e rubricado no

fecho, com a seguinte identificação:

- Invólucro n° 3
- Proposta técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
- Nome empresarial e CNPJ da licitante
- Concorrência nº 01/2026.

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

9.2.1.3.4. O invólucro n° 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n° 2.

9.2.1.4. Invólucro n° 4: A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no invólucro n° 4.

9.2.1.4.1. O invólucro n° 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro n° 4

- Proposta de Preços
- Nome empresarial e CNPJ da licitante
- Concorrência nº 01/2026.

9.2.1.4.2. O invólucro n° 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.2.1.5. Invólucro nº 5: Os documentos de habilitação deverão estar acondicionados no invólucro n° 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

- Invólucro n° 5
- Documentos de Habilitação
- Nome empresarial e CNPJ da licitante
- Concorrência n° 01/2026

9.2.1.5.1. Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, em dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

9.2.1.5.2. O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.2.1.5.3. Os documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato da abertura dos documentos de Habilitação, ou acompanhada de declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com seguintes quesitos e subquesitos:

10.1.1. Plano de Comunicação Publicitária:

10.1.1.1. Raciocínio básico;

10.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária;

10.1.1.3. Ideia Criativa

10.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia;

10.1.2. Capacidade de Atendimento;

10.1.3. Repertório;

10.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.2. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada:

10.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma: a) Em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato; b) Com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda; c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes; d) Com texto justificado; e) Com espaçamento “simples” entre as linhas; f) Com texto e numeração de página em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático” tamanho “12 pontos”, observando o disposto nos itens 10.4, 10.5 e 10.5.1; g) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de texto, em algarismos arábicos, a partir da primeira página interna, no canto inferior direito da página; h) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda; i) A capa e contracapa em papel A4 branco com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco; j) Sem identificação da licitante.

10.3.1. O plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n° 2.

10.3.2. Podem ser utilizadas páginas isoladas, com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no item 10.4.1 e devem seguir as especificações do item 10.3 no que couber.

10.4. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras: a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores; b) os dados ou informações dos quadros ou tabelas devem ser editados na fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “10 pontos”; c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas, poderão ser apresentados em papel A3 dobrado. Neste caso, para fins de limite previsto no item 10.4.1, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4. d) poderão ser impressas na orientação paisagem.

10.4.1. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista no item 10.7.3, estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquesitos.

10.5. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fontes habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

10.5.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito, poderão ser apresentados em papel A3 dobrado e poderão ser impressas na orientação paisagem.

10.5.2. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, mas cabe à licitante atentar especialmente para o disposto no item 9.2.1.1.4, no item 10.6.1, na alínea “c” do item 18.12.1 e no item 18.12.1.1, todos deste Edital.

10.5.3. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

10.6. Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesito “Ideia Criativa” serão apresentados separadamente do caderno de que trata o item 10.3.

10.6.1. Os exemplos de que trata o item 10.6 devem adequar-se às dimensões do invólucro n° 01, cabendo à licitante atentar para os demais requisitos previstos neste Edital.

10.7. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no *Briefing* constante no Anexo I-B deste edital, observadas as seguintes disposições:

10.7.1. Raciocínio Básico: entende-se por Raciocínio Básico para fins desta licitação a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel do Poder Legislativo de Curitiba nos contextos social, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Poder Legislativo de Curitiba com seus públicos;

c) das características do Poder Legislativo de Curitiba e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) do problema específico de comunicação a ser enfrentado pelo Poder Legislativo de Curitiba;

f) das necessidades das comunicações do poder Poder Legislativo de Curitiba para enfrentar esse problema.

10.7.1.1. O raciocínio básico deve consistir na apresentação pela licitante de diagnósticos das necessidades de comunicação publicitária do Poder Legislativo de Curitiba, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o problema específico de comunicação a ser enfrentado.

10.7.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação:

a) a adequação do partido temático e do conceito proposto a natureza e a qualificação do Poder Legislativo de Curitiba e a seu problema específico de comunicação;

b) a consciência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Poder Legislativo de Curitiba com seus públicos;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Poder Legislativo de Curitiba;

e) a consciência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Legislativo de Curitiba, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados de metas por ele desejadas e a verba disponível.

10.7.2.1. A Estratégia de Comunicação Publicitária deve consistir na apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta, para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão, compreendendo:

a) explicação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

10.7.3. Ideia Criativa: entende-se por Ideia Criativa para fins desta licitação:

a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Poder Legislativo de Curitiba;

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida

pela licitante;
c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
g) sua pertinência às atividades do Poder Legislativo de Curitiba e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
i) a exequibilidade das peças e/ou dos materiais;
j) a compatibilidade da linguagem utilizadas nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

10.7.3.1. A Ideia Criativa deve consistir na apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:
a) apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários, para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre cada peça e/ou material;
b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplo as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

10.7.3.1.1. Os comentários mencionados na alínea ‘a’ do item 10.7.3.1, estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas esperadas de cada peça e/ou material.

10.7.3.1.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado “fisicamente”, conforme estabelecido na alínea ‘b’ do item 10.7.3.1, da alínea ‘a’ do item 10.7.3.1.3 e a relação prevista na alínea “a” do item 10.7.3.1., todos do item 10.7, deverá ser elaborada em dois blocos, sendo um para as peças e/ou material apresentados como exemplo e outro para o restante.

10.7.3.1.3. Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea “b” do item 10.7.3.1, do item 10.7: a) estão limitados a 15 (quinze), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material; b) podem ser apresentados sob a forma de: b1) roteiro, leiaute e/ou storyboard impressos, para qualquer meio; b2) “monstro”, para rádio e internet; b3) storyboard animado ou *animatic*, para TV, cinema e internet.

10.7.3.1.3.1. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “fisicamente” até o limite de que trata a alínea ‘a’ do item 10.7.3.1.3, devem ser observadas as seguintes regras:
a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;
b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
c) anúncio composto por páginas sequenciais será considerado uma peça;
d) anúncio para tablets e dispositivos similares com mais de uma página será considerada uma peça;
e) adesivagem de fingers e similares será considerada uma peça;
f) um hostsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
g) um filme e o hotsite para o qual ele esteja

direcionado serão considerados duas peças;
h) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
i) um hotsite, cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

10.7.3.1.3.2. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta – exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, internet – destinada a facilitar seu cotejo pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea “a” do item 10.7.3.1.

10.7.3.1.3.3. Os storyboards animados ou *animatics* e os ‘monstros’ poderão ser apresentados em pendrive, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

10.7.3.1.3.3.1. Os pendrives utilizados pelas licitantes devem ser executáveis em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, e não podem conter informação, sinal ou marca que permita, inequivocamente, a identificação da licitante, somente a marca do seu fabricante. Também para evitar eventual identificação, as licitantes devem se abster de utilizar pendrives coloridos, devendo essas mídias de apresentação possuírem apenas a cor preta e/ou cinza/prata.

10.7.3.1.3.4. Os “monstros” de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, HTML, mpeg, swf e mov.

10.7.3.1.3.5. Na elaboração de “monstro” ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

10.7.3.1.3.6. Na elaboração do storyboard animado ou *animatic* poderão ser inseridas ilustrações, fotos e/ou imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens, locução ou outros efeitos sonoros, mas não podem ser inseridas imagens animadas ou em movimento.

10.7.3.1.3.7. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou passe-partout, observando o disposto no item 10.6.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n°1 podem ser dobradas.

10.7.4. Entende-se por Estratégia de Mídia e Não Mídia para fins desta licitação:
a) o conceito dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) a consciência do plano simulado da distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Poder Legislativo de Curitiba;
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou do material;
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

10.7.4.1. A Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser constituída de:
a) apresentação em que a licitante explicará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no *Briefing*, sob a forma de texto, tabelas, gráficos e planilhas.
b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou materiais destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de texto, tabelas, gráficos e planilhas.

10.7.4.1.1. Todas as peças e/ou material que integram a relação comentada prevista na alínea "a" do item 10.7.3.1. deverão constar de tal simulação.

10.7.4.1.2. Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:
a) o período de distribuição das peças e/ou material;
b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

10.7.4.1.3. Na referida simulação:
a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso da Licitação;
b) para os veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos;
b.1) para os fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade em redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação;
c) outros veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços e que não sejam considerados como formas inovadoras de comunicação não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação;
d) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

10.7.4.1.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a

retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do item 10.7.4.1.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada:

10.8. O plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de atendimento:

10.9. Entende-se por Capacidade de Atendimento para fins desta licitação:

a) considerará o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante, como anunciantes publicitários, o conceito de seus produtos e serviços no mercado, bem como o período de atendimento a cada um deles;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Poder Legislativo de Curitiba;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre o Poder Legislativo de Curitiba e a licitante, esquematizado 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 a licitante colocará regularmente à disposição do Poder Legislativo de Curitiba, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

g) para fins de comprovação de experiência com "cliente da área pública", serão considerados não apenas órgãos e entidades da Administração Pública direta e indireta, mas também instituições que executem recursos públicos ou desempenhem funções de interesse coletivo, tais como entidades do Sistema S, autarquias, fundações públicas, consórcios públicos, organizações sociais, serviços sociais autônomos, empresas públicas, sociedades de economia mista, bem como institutos e organizações cujo financiamento ou atuação esteja vinculada a políticas públicas. Para todos esses casos, será admitida a comprovação de atendimento publicitário mediante documentação idônea que demonstre a relação contratual e o período de prestação de serviços.

10.9.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação de licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.9.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 10.9.1, poderá ser editada em papel A3 dobrável.

10.9.1.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item 10.9 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n°2.

10.9.1.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

10.10. A capacidade de atendimento será constituída de texto, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido – contendo, no mínimo, nome, formação e experiência – dos profissionais que

poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação online e offline, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação da 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 de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CMC, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

e1) A CMC se reserva ao direito de solicitar, durante a execução do contrato, o instrumento de contratação do instituto de pesquisa, observada a categoria da agência registrada no CENP – Conselho executivo das Normas Padrão.

10.11. Para fins de avaliação da Capacidade de Atendimento, não será exigida da licitante a manutenção de sede ou filial no Município de Curitiba, devendo, contudo, ser demonstrada a capacidade operacional e a disponibilidade para atendimento presencial, conforme disposto no Termo de Referência (Anexo I-A).

Repertório:

10.12. Entende-se por Repertório para fins desta licitação:

a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;

c) a clareza da exposição das informações prestadas.

10.12.1. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em Papel A4, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última página por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.12.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 10.12 poderá ser editada em papel A3 dobrável.

10.12.1.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação na autoria deste antes da abertura do invólucro n°2.

10.12.1.3. Não há limitação de número de páginas para a apresentação do repertório.

10.13. O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

10.13.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição e distribuição.

10.13.1.1. As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos dentro do período máximo de três anos anteriores à publicação deste edital.

10.13.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive, executável em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n° 2.

10.13.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 10.12.1, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentados separadamente. Em todos os casos, deverá ser

preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

10.13.1.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no item 10.13.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima atribuída ao subquesito 1 do Quesito 3 (5 pontos), conforme tabela constante do item 11.2 deste edital.

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

10.15. As peças publicitárias não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela CMC, no âmbito de seus contratos com as agências de propaganda.

Relatório e Resolução de Problemas de Comunicação:

10.16. Entende-se por Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para fins desta licitação:

a) a evidência de planejamento publicitário;
b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
c) a relevância dos resultados apresentados;
d) a concatenação lógica da exposição.

10.16.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação Publicitária em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

a. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 10.16 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no item 10.17, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

b. Os documentos e informações do caderno específico mencionado no item precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação na autoria deste antes da abertura do invólucro n° 2.

10.17. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

10.17.1. As propostas mencionadas no item 10.17 devem ter sido implementadas dentro do período máximo de três anos anteriores à publicação deste edital.

10.17.2. Se a licitante apresentar 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima atribuída ao subquesito 2 do Quesito 3 (10 pontos), conforme tabela constante do item 11.2. deste edital.

10.17.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes.

Parágrafo único. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

10.17.4. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que, se incluídas:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive, executável em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n° 2;

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 10.16.1, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentados separadamente, sendo que, em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III – para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

10.17.5. Os relatos referentes à Resolução de Problemas de Comunicação não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela CMC, no âmbito de seus contratos com as agências de propaganda.

11. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.1. As Propostas Técnicas apresentadas pelos licitantes serão analisadas pela Subcomissão Técnica, a qual verificará o atendimento das condições previstas neste Edital e em seus anexos.

11.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da proposta, em cada quesito ou subquesito abaixo elencados:

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Máximo de 70 pontos		
SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIOS
1 – Raciocínio Básico	Notas de 0 a 10, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende pouco; 4 a 6 – Atende medianamente; 7 a 8 – Atende bem; 9 a 10 – Atende com excelência.	a. Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b. Compreensão das informações contidas no Anexo I-B; c. Clareza e objetividade.
2 – Estratégia de Comunicação Publicitária	Notas de 0 a 20, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende muito pouco; 4 a 6 – Atende pouco; 7 a 9 – Atende medianamente; 10 a 13 – Atende relativamente bem; 14 a 17 – Atende bem; 18 a 20 – Atende com excelência.	a. Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I-B; b. Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c. Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; d. Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.

3 – Ideia Criativa	Notas de 0 a 25, sendo: 0 – Não atende 1 a 6 – Atende muito pouco; 7 a 10 – Atende pouco; 11 a 14 – Atende medianamente; 15 a 18 – Atende relativamente bem; 19 a 21 – Atende bem; 22 a 25 – Atende com excelência.	a. Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b. Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do órgão c. Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d. Pertinência entre as atividades do órgão e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e. Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f. Clareza e objetividade das soluções apresentadas.
4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia	Notas de 0 a 15, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende muito pouco; 4 a 6 – Atende pouco; 7 a 9 – Atende medianamente; 10 a 13 – Atende bem; 14 a 15 – Atende com excelência.	a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Máximo de 15 pontos		
SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIOS
1 – Principais Clientes	Nota de 0 a 2, sendo: 0 – não atende; 1 – atende. 2 – atende com excelência.	0 - não comprovar ter possuído cliente da área pública; 1 ponto – comprovar possuir ou ter possuído apenas um Cliente da área pública; 2 pontos – comprovar possuir ou ter possuído dois Clientes da área pública.
2 – Qualificação técnica da equipe de profissionais.	Nota de 0 a 5 pontos.	Cálculo aritmético com base nas regras dos itens 11.5 a 11.8
3 – Estrutura Física -	Nota de 0 a 2, sendo:	0 – não comprovar;

instalações, infraestrutura e recursos materiais	0 – não atende; 1 – atende; 2 – atende com excelência.	1 ponto – comprovar possuir imóvel próprio ou locado para instalação da empresa; 2 pontos – comprovar possuir a exigência acima e parque de informática suficiente para sua equipe técnica.
4 – Sistemática de Atendimento	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3 – atende com excelência.	Critérios descritos no item 11.2.2 abaixo.
5 – Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3- atende com excelência.	0 - não comprovar; 1 a 2 - comprovar utilizar pelo menos 2 das ferramentas (sendo 1 de auditoria de circulação e 1 de controle de mídia); 3 - comprovar utilizar mais de 2 ferramentas.

QUESITO 3 – EXPERIÊNCIA DA EMPRESA máximo de 15 pontos		
SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIOS
1 – Repertório	Nota de 0 a 5, sendo: 0 - não atende 1 a 2 – atende pouco; 3 – 4 - atende 5 - atende com excelência.	a. Consistência das relações de causa e efeito entre o desafio ou problema a ser resolvido e a solução proposta; b. Evidência de planejamento da solução, bem como qualidade na execução das soluções; c. Relevância dos resultados obtidos, com criatividade e clareza. Obs: Cada critério receberá nota de 0 a 5.
2 – Relato de Solução de Problemas de Comunicação	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	a) Capacidade de síntese; b) Clareza e objetividade; c) Concatenação lógica entre desafio e solução criativa; d) Eficácia de soluções e resultados apontados.

11.2.1. Os critérios acima descritos serão entendidos conforme conceituação que segue abaixo explicitada:

11.2.1.1. Consistência: qualidade de apresentar coerência entre as partes e o todo;

11.2.1.2. Pertinência: aquilo que concerne ao assunto desta licitação,

como delineado no Briefing;

11.2.1.3. Adequação: atendimento o mais perfeito possível, de forma organizada, às necessidades e objetivos do órgão licitante.

11.2.1.4. Relevância: o que tem importância ou relevo num contexto determinado;

11.2.1.5. Acuidade: qualidade de percepção de modo eficaz, sutileza e eficiência;

11.2.1.6. Síntese: capacidade de resumir determinado texto ou assunto, conservando a objetividade e clareza do mesmo, bem como a precisão de seu objeto.

11.2.2. Sistemática de atendimento:

11.2.2.1. demonstração de conhecimento técnico sobre o cliente: 1 ponto;

11.2.2.2. demonstração de conhecimento técnico sobre a dinâmica de um órgão público, prazos (urgentes ou não), cadeia de aprovação/decisões, atendimentos em emergências, conhecimento sobre disponibilização de equipes/meios, coordenação no atendimento: 1 ponto;

11.2.2.3. identificação de situações que reclamem respostas rápidas aos *cases*/problemas apresentados pelo cliente, com adoção de rotina diferenciada: 1 ponto.

11.2.3. A pontuação técnica de cada proposta corresponderá à soma dos pontos atribuídos aos quesitos.

11.3. A avaliação da experiência e capacidade em relação aos recursos humanos será feita considerando-se as exigências e a tabela de pontuação.

11.4. Para execução dos serviços, a licitante deverá possuir profissionais qualificados em número suficiente ao desenvolvimento das atividades, tendo em vista suas especificações qualitativas e quantitativas.

11.5. A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no quesito 2 supra) será avaliada com base na formação acadêmica e experiência desses profissionais exclusivamente na área de comunicação publicitária, sendo que a comprovação deverá ser feita pelo licitante, por meio do curriculum vitae resumido de cada profissional, devidamente acompanhado dos documentos comprobatórios das qualificações (formação acadêmica e experiência profissional) neles consignadas, por meio de certificados, declarações de tomadores de serviço, carteira de trabalho, contratos de prestação de serviço ou qualquer outro documento hábil, os quais devem ser apresentados no original ou por meio de cópia autenticada.

11.6. A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no quesito 2 supra) será avaliada e receberá pontos de, no máximo, 5 (cinco), segundo as tabelas abaixo:

Formação Acadêmica	**Sem Formação na área**	**Superior Incompleto**	**Superior Completo**	**Pós-graduação**
Pontos	0	0,5	1,5	2,5

Experiência	**< 4 anos**	**4 a 8 anos**	**8 a 12 anos**	**> 12 anos**
Pontos	0	0,5	1,5	2,5

11.7. O valor final de pontos obtidos será dividido pelo número total de profissionais apresentados. Fica estabelecido que a licitante que apresentar a equipe mais qualificada tecnicamente, com maior soma de pontos, receberá pontuação máxima atribuída ao subquesito 2 do Quesito 2 (5 pontos). As demais licitantes receberão neste subquesito pontuação proporcional à máxima.

11.8. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de

atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal.

11.9. Pontuação: A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos individualmente pelos membros da Subcomissão Técnica.

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

11.9.2. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica autores das pontuações consideradas destoantes deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e será juntada aos autos do processo.

11.9.3. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

11.10. Desclassificação: Será desclassificada a Proposta Técnica que:

11.10.1. não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos.

11.10.2. apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

11.10.2.1. Falhas de natureza formal que não comprometam o sigilo, a identificação da licitante ou o julgamento objetivo das propostas não ensejarão desclassificação automática, observando-se o interesse público e os princípios da razoabilidade e proporcionalidade.

11.11. Critérios de desempate: Havendo empate entre duas ou mais Propostas Técnicas, serão consideradas como mais bem classificados os licitantes que tiverem obtido as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos referente ao Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, previstos neste Edital. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na segunda sessão pública, em ato público marcado pela Comissão Julgadora da Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 20 deste Edital e para o qual serão convidados todos os licitantes.

12. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser: a) apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras; b) datadas e assinadas nos documentos referidos nos itens 12.2, 12.3 e 12.4 por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado; c) elaborada em três documentos distintos, descritos nos itens 12.2, 12.3 e 12.4 – Anexos IV – A, IV – B e IV – C.

12.2. A licitante deverá apresentar Proposta de Preços Sujeitos à Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do modelo do Anexo IV – A deste Edital.

12.3. A licitante deverá apresentar Declaração de que a elaboração de sua Proposta foi feita de forma independente, nos termos do modelo constante do Anexo IV – B deste Edital.

12.3.1. A declaração do item 12.4 deverá ser feita sob as penas da lei, sendo responsável a empresa e o responsável legal que a assinou, administrativa, civil e criminalmente, caso seja descoberto que não representa aquilo que expressa.

12.4. A licitante deverá elaborar Declaração, nos termos do modelo constante do Anexo IV – C deste Edital, na qual:

a) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores

condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à CMC as vantagens obtidas;

b) informará que os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários incidentes sobre o contrato, serão de sua inteira responsabilidade, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro, quando for o caso;

c) informará que também se responsabiliza pelos encargos comerciais decorrentes da execução contratual e que respeitará os prazos contratuais referentes ao repasse de valores lhes confiados pela Administração contratante e devidos aos terceiros prestadores de serviços especializados e aos veículos de comunicação;

d) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidos na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo – VII);

e) informará estar ciente e de acordo com o disposto da Cláusula Décima Quinta da Minuta de Contrato constante neste edital (Anexo - VII), que trata das sanções administrativas pelo descumprimento das obrigações assumidas.

12.5. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

13. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

13.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

13.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

13.3. Os quesitos a serem valorados são os elencados no item 13.4.1 ressalvado que NÃO será aceito:

13.3.1. percentual de desconto inferior a 70% (setenta por cento) e superior a 81% (oitenta e um por cento), a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

13.3.2. percentual de honorários inferior a 4% (quatro por cento) e superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos pertinentes à execução do contrato;

13.3.3. percentual de honorários inferior a 3,9% (três vírgula nove por cento) e superior a 5,1% (cinco vírgula um por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

13.3.4. percentual de honorários inferior a 7,1% (sete vírgula um por cento) e superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n° 4.680/1965.

13.4. A nota da Proposta de Preço (NPP) será apurada conforme a metodologia especificada nos itens seguintes.

13.4.1. A Comissão Especial de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a seguinte tabela:

Quesitos - Descontos / Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos no item 13.3.1.	P1 = 1,0 x desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no item 13.3.2.	P2 = 2,0 x (5,0 – Honorário proposto)
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no item 13.3.3.	P3 = 2,0 x (10,0 – Honorário proposto)
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos no item 13.3.4.	P4 = 5,0 x (8 – Honorário proposto)
Para efeitos de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos "desconto" e "honorários" serão substituídos nas fórmulas da coluna pontos pela respectiva porcentagem constante de sua planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".	

13.4.2. A NPP responderá a soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes na tabela referida no item 13.4.1, como segue:

$$NPP = P1 + P2 + P3 + P4$$

13.4.2.1. Se houver divergência entre o valor em algarismo e o valor por extenso, constante na proposta, prevalecerá o valor por extenso.

13.5. A Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço.

14. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

14.2. Após análise das propostas de técnica e de preço, será estabelecida a Nota Final (NF) dos licitantes, de acordo com a média ponderada das valorações, conforme a seguinte fórmula:

$$NF = \frac{(NPT \times 70) + (NPP \times 30)}{100}$$

14.3. Se após a apuração das notas houver empate(s) que impeça(m) a identificação automática **das 2 (duas) licitantes** mais bem classificadas, será(ão) classificada(s) a(s) agência(s) que obtiver(em) a(s) maior(es) pontuação(ões), sucessivamente nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

14.3.1. Se, após adotada a regra do item 14.3 persistir(em) o(s) empate(s) o desempate seguirá o previsto no art. 60, da Lei 14.133/2021 e, sucessivamente, se necessário, será feito por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela Comissão especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 20 deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

14.4. A Comissão de Licitação poderá negociar condições mais vantajosas com os proponentes que ofertaram as melhores propostas.

14.5. Será convocado o licitante subsequente, respeitado o ordenamento prévio, quando o licitante anterior for desclassificado ou inabilitado.

15. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

15.1. Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, na sessão a ser realizada para esse fim.

15.1.1. Os documentos deverão estar acondicionados no invólucro n° 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:
Invólucro n° 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência n° 01/2026

15.1.2. O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

15.1.3. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato da abertura dos documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

15.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista nos itens seguintes.

15.2.1. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO JURÍDICA:

15.2.1.1. Cédula de Identidade, no caso de pessoa física.

15.2.1.2. Registro comercial, no caso de empresa individual.

15.2.1.3. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores.

15.2.1.4. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de ato formal de designação de diretoria em exercício.

15.2.1.5. Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País.

15.2.1.6. Procuração do representante do licitante na concorrência, se for o caso.

15.2.2. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:

15.2.2.1. Prova de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

15.2.2.2. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

15.2.2.3. Certificado de regularidade do FGTS, emitido pela Caixa Econômica Federal;

15.2.2.4. Certidões de regularidade com a Fazenda Federal (Certidão Conjunta de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União e Certidão relativa a Contribuições Previdenciárias); Fazenda Estadual (inclusive do Estado do Paraná para licitantes sediados em outro Estado da Federação); e Fazenda Municipal;

15.2.2.5. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), instituída pela Lei Federal n.º 12.440/2011;

15.2.2.6. Declaração do cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

15.2.3. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

15.2.3.1. Certidão Negativa de Falência, expedida pelo distribuidor Judicial da sede do Licitante, com antecedência máxima de até 60 (sessenta) dias corridos, contados da data prevista para a abertura da licitação.

15.2.3.2. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

15.2.3.2.1. Os documentos exigidos no item 15.2.3.2 serão limitados ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

15.2.3.2.2. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e ficarão autorizadas a substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.

15.2.3.3. A comprovação da situação financeira da empresa será constatada mediante obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas:

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Passivo Não Circulante}};$$

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

15.2.3.4. Observar-se-á, também, que:

15.2.3.4.1. As fórmulas indicadas deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço.

15.2.3.4.2. A licitante deverá apresentar índice de Liquidez Geral (LG) igual ou superior a 1,0 (um), índice de Liquidez Corrente (LC) igual ou superior a 1,0 (um) e Solvência Geral (SG) igual ou superior a 1,0 (um).

15.2.3.4.3. A licitante que apresentar resultado menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos no subitem 15.2.3.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira, deverá incluir no Invólucro n° 5 comprovantes de que possui, no mínimo, patrimônio líquido de 10% (dez por cento) do valor estimado da licitação, equivalente a R$ 690.000,00 (seiscentos e noventa mil reais).

15.2.3.4.4. Na ocorrência de algum equívoco na elaboração destes cálculos, tendo o licitante fornecido dados que possibilitem a correção dos mesmos, não será motivo de inabilitação.

15.2.3.4.5. As empresas DEVERÃO APRESENTAR OS ÍNDICES JÁ CALCULADOS, e com relação aos balanços patrimoniais dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, com assinatura do contador e do representante legal

da empresa, que serão analisados com base no balanço apresentado.

15.2.4. **DOCUMENTOS DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:** Para a comprovação de Qualificação Técnica o licitante deverá entregar:

15.2.4.1. declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no item 4.1 deste Edital;

15.2.4.2. certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

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

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

16. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

16.1.1. Na análise dos documentos de habilitação, a comissão de contratação poderá sanar erros ou falhas, que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante decisão fundamentada, registrada em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes eficácia para fins de habilitação e classificação.

16.1.2. A verificação pela Comissão Especial de Licitação, em sítios eletrônicos oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova, para fins de habilitação.

16.1.3. Após a entrega dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência, para (Lei 14.133/21, art. 64):

16.1.3.1. complementação de informações acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes e desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame; e

16.1.3.2. atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas;

16.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficácia e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

16.3. Para a análise da habilitação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro de Fornecedores do Município de Curitiba; ao Cadastro Nacional de Empresas Idôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria-Geral da União (CGU); ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), ao Cadastro de Fornecedores Impedidos de Licitar e Contratar mantido pelo Tribunal de Contas do Estado do Paraná, conforme Instrução Normativa TCE/PR n° 156/2020, e no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (SICAF).

17. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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

17.2. As comissões de licitação e subcomissões técnicas para contratação de

serviços de publicidade e comunicação serão compostas e escolhidas na forma do art. 10, da Lei Federal nº. 12.232/2010.

17.2.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros, selecionados de acordo com o estabelecido no Edital de Chamamento Público 01/2026.

18. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

18.1. Serão realizadas sessões públicas, de acordo com os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circuncidadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas eletronicamente pelos membros e pelos representantes das licitantes presentes.

18.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido previamente neste Edital.

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

18.4. A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, cuidarão para que a interpretação e aplicações das regras estabelecidas neste edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados.

18.5. A Comissão de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da CMC, relevar aspectos puramente formais nas Propostas Técnicas e de Preço e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

18.6. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos arquivos com as Propostas Técnica e de Preços.

18.7. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

18.8. Antes do aviso oficial do resultado da proposta técnica, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as propostas.

18.9. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas resultará na sua desclassificação.

18.10. A Comissão Especial de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

18.11. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência - após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a CMC providenciará sua destruição.

Primeira Sessão

18.12. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos neste Edital e terá a seguinte pauta inicial: a) Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 8.1 deste Edital; b) receber os Invólucros n° 1, n° 2, n° 3 e n° 4; e c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

18.12.1. O Invólucro n° 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se: a) não estiver identificado; b) não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da

abertura do Invólucro n° 2; c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro no 2; d) não estiver acondicionado em invólucro diferente do fornecido pela CMC.

18.12.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas "a", "b", "c" e “d” do item 18.12.1, a Comissão Especial de Licitação não receberá o Invólucro n° 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

18.12.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica: a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os invólucros n° 2 e n° 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação, e separá-los dos Invólucros n° 1 e n° 3; b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros n° 1; c) abrir os Invólucros n° 3 e rubricar seu conteúdo; d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para rubricar e examinar, os documentos que constituem os Invólucros n° 1 e n° 3; e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por meio eletrônico.

18.12.2.1. A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea "b" do item 18.12.2, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

18.12.2.1.1. Antes de serem abertos para análise e conferência dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão de Contratação.

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

18.12.3. A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros n° 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

18.12.4. Abertos os invólucros n° 1 e n° 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Licitação.

18.12.5. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no item 18.12.6 e seguintes. Caso contrário, a Comissão Especial de Licitação divulgará o resultado das decisões na forma do item 20, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

18.12.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos: a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos invólucros n° 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária; b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital; c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita

das razões que as fundamentaram em cada caso; d) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros n° 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação; e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital; f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

18.12.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base no item 11.10.1 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire recursos relativos a essa fase.

18.12.6.1.1. O disposto no item precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros n° 2.

18.12.7. As planilhas previstas nas alíneas "c" e "f" do item 18.12.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

18.13. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros n°1 e n°3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 20 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica: a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença; b) abrir os Invólucros n° 2; c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro n° 1) com as vias identificadas (Invólucro n° 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria; d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica; e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso.

18.13.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Especial de Licitação.

Terceira Sessão

18.14. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 20 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica: a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença; b) abrir os Invólucros n° 4, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada, c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame dos documentos integrantes dos Invólucros n° 4; d) analisar o

cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados; e) Informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das propostas será publicado na forma do item 20 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso.

Quarta Sessão

18.15. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica: a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença; b) receber e abrir os Invólucros n° 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada; c) analisar a conformidade dos documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor; d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros n° 5, e) informar: e.1) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 20 deste Edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso; e.2) que será publicado na forma do item 20 deste Edital o nome das 02 (duas) licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

19. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

19.1. Não tendo sido interposto recurso após a fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a autoridade máxima da CMC homologará o resultado desta concorrência e adjudicará o seu objeto às 02 (duas) licitantes vencedoras.

20. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

20.1. A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Município de Curitiba é obrigatória:

20.1.1. Nas sessões de abertura de arquivos;

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

20.1.3. No Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), no caso da prática de atos exigidos pela Lei n. 14.133/2021.

20.1.4. No sítio eletrônico oficial da CMC.

21. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

21.1. Qualquer licitante poderá manifestar de forma imediata e motivada a intenção de recorrer, sob pena de preclusão, em relação às fases de julgamento e habilitação, possuindo o prazo de 3 (três) dias úteis para apresentação das razões recursais.

21.1.1. Nas sessões públicas (primeira, segunda, terceira e quarta, conforme item 18 deste Edital) das fases de julgamento das propostas e habilitação, a Comissão de Contratação questionará ao(s) licitante(s) quanto à intenção de recorrer; na qual o representante legal lavrará por escrito em síntese sua manifestação, sendo apensado aos autos do processo;

21.1.2. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Contratação.

21.2. Os recursos serão interpostos em petição escrita, assinada com uso de certificação digital ICP-Brasil, a ser protocolizada pelo endereço eletrônico licitapublicidade@cmc.pr.gov.br, dirigida à autoridade que tiver editado o ato ou

proferido a decisão recorrida, que, se não reconsiderar o ato ou a decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, encaminhará o recurso com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

21.3. Os demais licitantes ficarão desde logo intimados para apresentar contrarrazões ao recurso, no prazo de 3 (três) dias úteis, contados do término do prazo de apresentação das razões do recorrente, exclusivamente por meio eletrônico e assinadas com uso de certificação digital ICP-Brasil.

21.4. 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.

21.5. A não apresentação das razões recursais no prazo fixado implicará a decadência do direito de recorrer.

21.6. As razões e as contrarrazões de recurso que não forem apresentadas conforme o disposto nos itens anteriores, ou subscritas por representante não habilitado ou não credenciado para responder pelo licitante, não serão conhecidas pelo(a) Agente de Contratação.

21.7. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.

21.8. A publicidade do julgamento dos eventuais recursos se dará na forma prevista do item 20 deste Edital.

22. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

22.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Curitiba deste exercício, nas dotações abaixo discriminadas:

Dotação Orçamentária	
01.01.01.131.0011.2281	DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DE GOVERNO E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL – CMC
3.3.90.39.00.00	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA
3.3.90.39.88.00	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
2026	R$5.600.000,00 (cinco milhões e seiscentos mil reais).
TOTAL DA DOTAÇÃO	**R$5.600.000,00 (cinco milhões e seiscentos mil reais).**
Dotação Orçamentária	
01.01.01.131.0011.2282	DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DE UTILIDADE PÚBLICA – CMC
3.3.90.39.00.00	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA
3.3.90.39.88.00	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
2026	R$1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais).
TOTAL DA DOTAÇÃO	**R$1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais).**

22.2. Os pagamentos referentes aos serviços executados e certificados serão efetuados pela CMC, em conformidade com o disposto no contrato.

22.3. As faturas correspondentes aos serviços a serem executados deverão ser emitidas pelo contratado em nome do órgão do órgão/entidade que efetuará o pagamento.

22.4. A CMC se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

23. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS E CONTRATUAIS

23.1. As licitantes vencedoras terão prazo de 05 (cinco) dias úteis do recebimento da

convocação para assinar o instrumento de contrato, e o prazo de até 30 (trinta) dias, contados da assinatura do Contrato, para apresentar a garantia prevista no item 24 deste Edital, prorrogável a critério da CONTRATANTE.

23.2. O prazo para a assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo da CMC, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pelas respectivas vencedoras.

23.3. Se as licitantes vencedoras não comparecerem nos prazos estipulados para assinar os respectivos contratos e/ou não apresentarem o comprovante da prestação da garantia contratual, a CMC poderá convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor.

23.4. Antes da celebração dos contratos, a CMC efetuará consulta ao Cadastro de Fornecedores do Município de Curitiba; ao Cadastro Nacional de Empresas Idôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria-Geral da União (CGU); ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e ao Cadastro de Fornecedores Impedidos de Licitar e Contratar mantido pelo Tribunal de Contas do Estado do Paraná, conforme Instrução Normativa TCE/PR n° 156/2020.

23.5. Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terão duração de 12 (doze) meses, contados da publicação do seu extrato no Diário Oficial do Município, podendo ser prorrogado sucessivamente, mediante acordo entre as partes, respeitada a vigência máxima de dez anos, desde que seja referendada a vantajosidade à Administração pela autoridade competente.

23.6. A CMC poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista às contratadas qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei Federal n. 14.133/2021.

23.7. A rescisão dos contratos acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da CMC, a retenção dos créditos decorrentes dos contratos, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos, conforme o caso.

23.8. Às contratadas poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei Federal n.º 14.133/2021 e nos contratos a serem firmados com as mesmas.

23.9. Será da responsabilidade das contratadas 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.

23.10. Obrigam-se também as contratadas 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 dos contratos que vierem a ser assinados.

23.11. As contratadas, independentemente de solicitação, deverão prestar esclarecimentos à CMC sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam.

23.12. As contratadas só poderão divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome da CMC, se houver expressa autorização, observadas, ademais, as regras contratuais e legais de compliance e de proteção de dados (Lei Federal nº 14.133/2021 e Lei Federal nº. 13.709/2018).

23.13. É vedado às contratadas caucionar ou utilizar os contratos resultantes da presente concorrência para qualquer operação financeira.

23.14. As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência e em vigência o Cadastro de Fornecedores do Município de Curitiba, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4°, caput e seu § 1° da Lei n° 12.232/2010.

23.15. A CMC avaliará os serviços prestados pelas contratadas, nos termos do item 7.11 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo VII).

23.16. As CONTRATADAS centralizarão o comando da publicidade, objeto desta licitação, em Curitiba. A seu juízo, as contratadas poderão utilizar-se de suas matrizes ou de seus representantes em outros Estados para serviços de

criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

23.17. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, bem como os elementos apresentados pelas respectivas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

24. GARANTIA

24.1. Será exigida das licitantes vencedoras prestação de garantia, no prazo de **30 dias**, em favor do órgão, correspondente a 2,5% (dois inteiros e cinco décimos por cento) sobre o valor máximo do contrato, assim entendido o valor máximo desta licitação, que corresponde a R$ 172.500,00 (cento e setenta e dois mil e quinhentos reais), em uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei Federal n. 14.133/2021, à escolha das licitantes vencedoras, nas seguintes modalidades:

24.1.1. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural;

24.1.2. Seguro-garantia;

24.1.3. fiança bancária.

24.1.4. Título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

24.2. Se a licitante optar pela caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito em conta corrente aberta pela contratante no banco oficial utilizado pela Administração.

24.3. Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

24.3.1. seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

24.3.2. a apólice deverá indicar a CMC como beneficiária;

24.3.3. não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses da CMC.

24.4. A fiança bancária será formalizada por meio de carta de fiança emitida por instituição financeira que, por si ou pelos acionistas detentores de seu controle, não participem do capital ou da direção da licitante.

24.5. A carta de fiança deverá ter:

24.5.1. prazo de validade correspondente ao período de vigência de contrato acrescido de 90 (noventa) dias;

24.5.2. expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CMC independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

24.5.3. renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;

24.5.4. cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.

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

24.6.1. ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser reconhecido pelo Governo Federal, constando entre aqueles previstos na legislação específica,

24.6.2. ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo a CMC recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos.

25. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

25.1. Para execução dos serviços deverão ser observadas as normas legais específicas sobre eles, objeto da presente licitação especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010, a Lei Federal nº 4.680/1965 e os Decretos Federais n° 57.690/1966 e 4.563/2002, bem como as demais normas da legislação publicitária em vigor.

25.2. A seleção interna das contratadas será realizada em conformidade com Manual de Procedimento de Seleção Interna entre as Agências, Anexo X-A deste Edital.

25.3. Somente pessoas físicas e jurídicas previamente cadastradas junto à CMC

poderão fornecer às contratadas, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução dos serviços, objeto da presente licitação, nos termos do art. 14 da Lei n° 12.232/2010.

25.4. O fornecimento de bens ou serviços especializados, a que se refere o item anterior, exigirá sempre a apresentação pelas contratadas a contratante, de 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas cadastradas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, conforme o artigo 14, § 1°, da Lei Federal nº 12.232/2010.

25.5. Sempre que a produção tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em arquivos fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, nos termos do artigo 14, § 2° da Lei Federal n°12.232/2010.

25.6. Os custos e despesas de produção e veiculação apresentadas ao contratante para pagamento, deverão ser acompanhados dos orçamentos, da demonstração do valor devido ao fornecedor ou veículo, de sua tabela de preços da descrição dos descontos negociados e dos pedidos correspondentes, bem como do relatório de checagem de veiculação, sempre que possível.

25.7. O objeto da presente licitação somente será recebido se não houver a constatação de qualquer irregularidade. Em havendo irregularidade:

25.7.1. se disser respeito à especificação, o contratante poderá rejeitá-lo, no todo ou em parte determinando sua substituição, sem prejuízo das penalidades cabíveis, no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas, contadas da data de recebimento da notificação por escrito, mantidos os termos de negociação contratados inicialmente,

25.7.2. se disser respeito à diferença de quantidade ou de partes, o contratante poderá determinar sua complementação, sem prejuízo das penalidades cabíveis, no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas, contados da data do recebimento da notificação por escrito, mantidos os termos de negociação contratados inicialmente.

25.8. As contratadas estão obrigadas a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões de até 25% (vinte por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

25.9. Considerar-se-á rescindido de pleno direito o contrato, nos casos de falência, liquidação judicial ou extrajudicial da Contratada, ou em virtude de qualquer ato que impeça a continuidade de sua execução.

26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

26.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (Anexo VII), consoante os preços estabelecidos em suas Propostas de Preços.

26.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (Anexo VII).

27. FISCALIZAÇÃO

27.1. A CMC nomeará, por portaria, os servidores que serão responsáveis pela gestão e fiscalização dos contratos resultantes desta concorrência, os quais registrarão em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo VII).

28. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES

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

28.1.1. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Comissão Especial de Licitação durante o certame;

28.1.2. Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:

28.1.2.1. Não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou

após a negociação;

28.1.2.2. Recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

28.1.2.3. Pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou

28.1.2.4. Deixar de apresentar amostra;

28.1.2.5. Apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do Edital.

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

28.1.4. Recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Câmara Municipal de Curitiba;

28.1.5. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;

28.1.6. Fraudar a licitação;

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

28.1.7.1. Agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

28.1.7.2. Induzir deliberadamente a erro no julgamento;

28.1.7.3. Apresentar amostra falsificada ou deteriorada;

28.1.7.4. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

28.1.7.5. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 2013.

28.2. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Câmara Municipal de Curitiba poderá, após regular processo administrativo, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

28.2.1. Advertência;

28.2.2. Multa;

28.2.3. Impedimento de licitar e contratar; e

28.2.4. 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.

28.3. Na aplicação das sanções serão considerados:

28.3.1. A natureza e a gravidade da infração cometida;

28.3.2. As peculiaridades do caso concreto;

28.3.3. As circunstâncias agravantes ou atenuantes;

28.3.4. Os danos que dela provierem para a Administração Pública;

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

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

28.4.1. Para as infrações previstas nos itens 28.1.1, 28.1.2 e 28.1.3, a multa será de 0,5% (cinco décimos por cento) a 15% (quinze por cento) do valor do contrato licitado.

28.4.2. Para as infrações previstas nos itens 28.1.5, 28.1.6, 28.1.7, 28.1.7.4 e 28.1.7.5, a multa será de 15% (quinze por cento) a 30% (trinta por cento) do valor do contrato licitado.

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

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

28.7. A dosimetria será aplicada de acordo com os critérios objetivos definidos na Lei nº 14.133/21 e no art. 253 da Instrução Normativa nº 02/2023 da Diretoria Geral da Câmara Municipal de Curitiba.

28.8. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo

estabelecido pela Câmara Municipal de Curitiba, descrita no item 28.1.3, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação.

28.9. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, nos termos do art. 254 da Instrução Normativa nº 02/2023 da Diretoria Geral da Câmara Municipal de Curitiba, demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 3 (três) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

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

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

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

28.13. A aplicação das sanções previstas neste Edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

28.14. Para a garantia da ampla defesa e contraditório dos licitantes, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de e-mail informados na proposta comercial, bem como os cadastrados pela empresa no SICAF.

28.14.1. Os endereços de e-mail informados na proposta ou cadastrados no SICAF serão considerados de uso contínuo da empresa, não cabendo alegação de desconhecimento das comunicações a eles comprovadamente enviadas.

28.15. As sanções previstas neste item aplicam-se exclusivamente à fase licitatória.

29. VEDAÇÃO AO NEPOTISMO

29.1. Aplica-se a esta licitação e à execução do contrato a vedação ao nepotismo, em conformidade com a Súmula Vinculante nº 13 do Supremo Tribunal Federal e o art. 14, inciso IV, da Lei Federal nº 14.133/2021.

29.2. É vedada a participação no certame e a contratação de empresa da qual constem como sócios, administradores ou dirigentes:

29.2.1. O cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, de Vereadores ou de servidores ocupantes de cargo de direção, chefia ou assessoramento na Câmara Municipal de Curitiba;

29.2.2. Pessoa que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato.

29.3. A contratada deverá apresentar declaração de inexistência de vínculo de parentesco, sob as penas da lei, conforme modelo de declaração de não parentesco, Anexo IX deste Edital.

30. DISPOSIÇÕES GERAIS

30.1. Todas as referências de tempo deste edital correspondem ao horário de Brasília-DF.

30.2. Ocorrendo decretação de feriado ou outro fato superveniente que impeça a realização da sessão pública de abertura das propostas na data designada no edital, ela será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário, independentemente de nova comunicação.

30.3. É facultado ao(a) Agente de Contratação a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo.

30.4. O licitante é responsável pelo ônus decorrente da perda de negócios, resultante da inobservância de quaisquer mensagens emitidas pelo(a) Agente de Contratação ou pelo sistema, ainda que ocorra a sua desconexão.

30.5. Os documentos que não mencionarem o prazo de validade serão considerados válidos por 90 (noventa) dias da data da emissão, salvo disposição contrária de Lei a respeito.

30.6. O(a) Agente de Contratação, se julgar necessário, verificará a autenticidade e a veracidade dos documentos.

30.7. A realização da licitação não implica necessariamente a contratação total ou parcial do montante previsto, porquanto estimado, podendo a autoridade competente, inclusive, revogá-la, total ou parcialmente, por fatos supervenientes, de interesse público, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação do interessado, mediante manifestação escrita e fundamentada, assegurado o contraditório e a ampla defesa, conforme dispõe o art. 71 da Lei Federal n.º 14.133, de 2021.

30.8. O foro é o da Comarca da Região Metropolitana de Curitiba – Foro Central de Curitiba, no qual serão dirimidas todas as questões não resolvidas na esfera administrativa.

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

30.10. A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

30.11. A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

30.12. Os documentos a serem apresentados pelas licitantes no curso do presente certame e que necessitem da assinatura dos responsáveis legais das empresas ou de seus procuradores poderão ser firmados eletronicamente, mediante a utilização de assinatura eletrônica qualificada (a que utiliza certificado digital emitido pela ICP- Brasil, nos termos do § 1º do art. 10 da Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001) ou assinatura eletrônica avançada (a que utiliza certificados não emitidos pela ICP-Brasil) realizada em plataformas digitais, desde que estas adotem parâmetros adequados de segurança e garantam a comprovação da autoria e da integridade dos documentos assinados eletronicamente, consoante as disposições legais aplicáveis.

30.12.1. No caso de dúvidas quanto à validade da assinatura eletrônica e a integridade do documento, a Comissão Especial de Licitação deverá realizar as devidas diligências.

30.12.2. Falhas de natureza formal que não comprometam o sigilo, a identificação da licitante ou o julgamento objetivo das propostas não ensejarão desclassificação automática, observando-se o interesse público e os princípios da razoabilidade e proporcionalidade.

30.13. Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas se a CMC tiver conhecimento de fato superveniente desabonador às suas classificações ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

30.13.1. Se ocorrer a desclassificação de licitante vencedora por fatos referidos no item precedente, a CMC poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

30.14. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, por conveniência da Administração, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a CMC poderá

convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

30.15. 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 pela CMC.

30.16. A CMC reserva-se ao direito de verificar se a qualidade do profissional substituto é equivalente ou superior à do substituído, aprovando em seguida a substituição, se for o caso.

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

30.18. A Comissão Especial de Licitação poderá, no interesse público, relevar omissões puramente formais nos Documentos de Habilitação e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura, o real conteúdo da proposta e o caráter competitivo desta concorrência, bem como o sigilo acerca da identidade do proponente, nos termos do art. 6°, incisos XII e XIII, art. 9°, §1° e art. 11, todos da Lei Federal n° 12.232/2010, podendo promover diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do procedimento licitatório, inclusive solicitar pareceres.

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

30.20. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Título XI da Parte Especial do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal).

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

30.21.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à extinção do contrato, sem prejuízo do disposto no art. 147 da Lei n. 14.133/2021.

30.22. Antes da data marcada para o recebimento e a abertura dos arquivos com as Propostas, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, garantida a reabertura do prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

30.23. Na execução do contrato, a Administração deverá observar os procedimentos previstos em Manual de Comprovação e Pagamento de Publicidade a ser editado pela Câmara Municipal de Curitiba, ou em qualquer outro que venha o substituir.

30.24. Todas as sessões públicas desta licitação serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo, e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, em atendimento ao artigo 17, §§2º e 5º da Lei n. 14.133/2021.

30.25. Integram este Edital os seguintes anexos:

Anexo I-A – Termo de Referência
Anexo I-B - Briefing;
Anexo II - Modelo de Procuração e Declaração;
Anexo III - Modelo de Declaração de que trata o art. 63, i, da Lei Federal n° 14.133/2021
Anexo IV – A – Proposta de Preços Sujeitos a Valoração;
Anexo IV – B – Declaração de Elaboração Independente de Proposta;

Anexo IV – C – Declaração de Compromisso;
Anexo V - Modelo de declaração que não emprega menor de idade, salvo na condição de aprendiz – art 7°, XXXIII, da CF;
Anexo VI – Modelo de Declaração de Inexistência de Fatos Supervenientes;
Anexo VII – Minuta de Contrato;
Anexo VIII – Declaração de LGPD
Anexo IX - Declaração de não parentesco
Anexo X-A - Manual de Procedimento de Seleção Interna Entre as Agências
Anexo X-B - Avaliação de Desempenho de Agência de Propaganda

Curitiba, 13 de janeiro de 2026.

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

LEÔNIDAS EDSON KUZMA
CÂMARA MUNICIPAL DE CURITIBA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO I-A
TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

1.1. A presente concorrência destina-se à contratação de serviços de publicidade, compreendendo 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, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

1.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;

b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;

d) criação de peças de comunicação publicitária no ambiente digital.

1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 1.1.1. terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Curitiba (CMC), o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

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

1.1.3. Os serviços não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas até 02 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes,

proponentes ou contratadas.

1.2.1. Nos termos do art. 2º, §3º, da Lei nº 12.232/2010, para a referida licitação serão selecionadas e contratadas até 02 (duas) agências de publicidade para que o objeto desta licitação não fique concentrado em apenas uma empresa. A contratação de até 02 (duas) agências de propaganda justifica-se pela natureza, complexidade e diversidade das demandas de comunicação institucional da Câmara Municipal de Curitiba, que envolvem ações contínuas de caráter informativo, educativo e de orientação social, bem como campanhas pontuais de utilidade pública e de estímulo à participação cidadã, para a entrega do melhor serviço do objeto desta licitação, sempre observando a economicidade e vantajosidade, sem perder a qualidade técnica.

1.2.1.1. A adoção de mais de uma agência tem como objetivos:

I - assegurar a continuidade da prestação dos serviços, mitigando riscos operacionais decorrentes de eventuais indisponibilidades;

II - ampliar a capacidade de atendimento simultâneo a múltiplas demandas, muitas vezes urgentes e com prazos exíguos;

III - favorecer a pluralidade de soluções criativas e técnicas, em benefício da qualidade da comunicação institucional; e

IV - garantir maior eficiência administrativa na gestão dos contratos, sem prejuízo da economicidade.

1.2.2. Se, em decorrência das regras deste Edital e da legislação aplicável, não restar possível a contratação de 2 (duas) agências, a Câmara Municipal de Curitiba contratará a agência vencedora e, a seu exclusivo juízo, decidirá sobre a conveniência e oportunidade de realizar novo certame para a contratação de nova agência para compor o número de agências previstas.

1.2.3. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n° 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n° 12.232/2010.

1.2.4. As agências atuarão por ordem e conta da Câmara Municipal de Curitiba, em conformidade com as Leis Federais n° 4.680/1965 e n° 12.232/2010, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.5. Considerando a existência de empresas suficientes para atendimento do objeto da contratação, visando maior competitividade entre empresas individuais e, ainda, que trata-se de atividade criativa, com atuação coordenada e integrada de etapas, não será admitida a participação de empresas em consórcio.

1.2.6. As agências atuarão de acordo com solicitação da Câmara Municipal de Curitiba, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1.

1.2.7. Para a execução dos serviços, a Câmara Municipal de Curitiba observará o procedimento de seleção interna entre as agências, conforme Manual de Procedimento de Seleção Interna entre as Agências, anexo X-A deste Edital.

1.2.8. Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse da Câmara Municipal de Curitiba, sob a coordenação da Diretoria de Comunicação Social.

1.3. A CONTRATADA atuará mediante convocação da Câmara Municipal de Curitiba, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas no item 1.1, devendo os serviços de publicidade serem demandados e executados indistintamente e independentemente da classificação.

1.4. Os estudos, resultados e análises, planos e ideias e materiais de propaganda, criados pela CONTRATADA em decorrência do fornecimento do objeto serão de propriedade da Câmara Municipal de Curitiba, por meio da Diretoria de Comunicação Social, a qual poderá utilizá-los conforme conveniência, mesmo após o término do contrato.

1.5. A Diretoria de Comunicação Social poderá solicitar materiais e serviços em regime de urgência, os quais deverão ser executados no prazo acordado previamente entre as partes.

1.6. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para execução dos serviços previstos no item 1.1.

1.6.1. Considera-se serviços de publicidade 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 promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

1.6.2. Será admitida subcontratação das atividades complementares e os serviços especializados pertinentes listados no item 1.1.1.

1.7. As agências deverão anexar declaração de que não será repassado ao Município de Curitiba o pagamento de tributos e outros encargos, referente ao serviço prestado por esse fornecedor.

1.8. As Agências deverão fornecer à Diretoria de Comunicação Social relatório mensal comprovando o pagamento aos fornecedores, em um prazo máximo de três dias após a efetivação do pagamento pela Câmara Municipal de Curitiba para a Agência.

1.9. As Agências deverão reverter à CONTRATANTE parcela do "Desconto de Agência" a que faz jus, observados os parâmetros contidos no Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído nas Normas Padrão da Atividade Publicitária, editado pelo CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão.

1.10. Haverá repasse de até 5%, para a Câmara Municipal de Curitiba sobre o "desconto de agência" pago pelos Veículos de Comunicação às Agências. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, conforme tabela abaixo:

Até R$ 2.500.000,00	Nihil
De R$ 2.500.000,01 a R$ 7.500.000,00	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R$ 7.500.000,01 a R$ 25.000.000,00	Até 3% (três por cento) do investimento bruto
De R$ 25.000.000,01 em diante	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto

2. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

2.1. O fornecedor será selecionado por meio de procedimento de **LICITAÇÃO**, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, sob a forma **PRESENCIAL** (art. 6º, inc. XXXVIII, da Lei nº 14.133/2021), com adoção do critério de julgamento pela **técnica e preço**.

2.2. Os critérios para entrega e julgamento das propostas, assim como os requisitos de habilitação, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 e com o art. 6º e seguintes da Lei nº 12.232/10, estão pormenorizados nos itens 9 a 15 do Edital.

3. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

3.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais que constam no edital:

3.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevado padrão, garantindo a qualidade técnica das entregas.

3.1.2. Observar os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

3.1.3. Manter alinhamento permanente com a equipe técnica da CONTRATANTE.

3.1.4. A CONTRATADA deverá dispor de capacidade operacional compatível com o volume, a complexidade e a natureza dos serviços de publicidade institucional da Câmara Municipal de Curitiba, assegurando atendimento contínuo, eficiente e tempestivo, inclusive para demandas urgentes.

3.1.4.1. Independentemente da localização de sua sede ou filial, a CONTRATADA deverá garantir a disponibilidade de equipe técnica dedicada ao contrato, bem como a realização de reuniões presenciais sempre que convocada pela CONTRATANTE, no prazo máximo estabelecido contratualmente, sem ônus adicional à Administração.

3.1.4.2. A estrutura de atendimento poderá ser física, híbrida ou remota, desde que demonstrada, na Proposta Técnica, sua efetiva capacidade de resposta, articulação e execução das demandas, cabendo à CONTRATANTE avaliar a adequação da sistemática operacional apresentada, nos termos deste Termo de Referência.

3.1.4.3. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, representada pelos seguintes profissionais:

a) dois profissionais na área de atendimento, sendo um de nível sênior e um de nível júnior;

b) um profissional na área de planejamento;

c) duas duplas de profissionais na área de criação, sendo uma específica para o meio digital;

d) um profissional nas áreas de produção gráfica, eletrônica e de design/computação gráfica;

e) dois profissionais na área de mídia, sendo um supervisor de mídia; e um mídia digital;

3.1.4.3.1. Para fins de comprovação da qualificação da equipe técnica exigida no subitem 3.1.4.3,

adotam-se as seguintes definições objetivas:

3.1.4.3.1.1. Profissional Nível Sênior: Aquele que comprovar possuir experiência profissional na função indicada igual ou superior a 5 (cinco) anos;

3.1.4.3.1.2. Profissional Nível Júnior/Pleno: Aquele que comprovar possuir experiência profissional na função indicada inferior a 5 (cinco) anos, admitindo-se profissionais em início de carreira para a função Júnior.

3.1.4.3.1.3. A comprovação do tempo de experiência poderá ser feita mediante apresentação de cópia da Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS), contrato de prestação de serviços ou declaração de empregador anterior.

3.1.5. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

3.1.6. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.

3.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

3.1.7.1. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

3.1.7.1.1. O disposto no subitem 3.1.7.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei n° 12.232/2010.

3.1.7.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

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

3.1.7.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 3.1.7.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato, no art. 156 da Lei Federal n° 14.133/2021.

3.1.7.3.2. A CONTRATANTE reserva-se ao direito de solicitar informações à CONTRATADA sobre

todos os planos de incentivo que lhes forem concedidos em decorrência deste contrato, bem como a demonstração de que o incentivo recebido não produziu ou estimulou veiculações contrárias ao interesse da Câmara Municipal de Curitiba, para fins de conferir efetividade à norma contida no Contrato.

3.1.8. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE.

3.1.9. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - somente apresentar cotações de preços de fornecedores observado o disposto no art. 14 da Lei Federal n° 12.232/2010;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas que atuem no ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - 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).

3.1.9.1. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, deverá ser realizada sessão pública para recebimento orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.

3.1.9.2. O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

3.1.9.3. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Gestor deste contrato.

3.1.9.4. Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco centésimos por cento) do valor deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços independentemente de valor.

3.1.9.5. Cabe a CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das

condições estabelecidas na Cláusula Décima do Contrato para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

3.1.10. Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

3.1.10.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

3.1.11. Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

3.1.11.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

3.1.12. Apresentar ao CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei n° 12.232/2010.

3.1.13. Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 3.1.12, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei n° 12.232/2010.

3.1.13.1. A CONTRATADA se obriga a apresentar novo estudo prévio ao CONTRATANTE sempre que houver alterações no tocante a meios, praças e veículos dos quais se revela possível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente.

3.1.14. Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE, durante a vigência deste contrato, sem ônus para esta, cópias das peças produzidas, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: uma cópia em pendrive e/ou arquivos digitais;

b) Internet: uma cópia em pendrive ou outros, com os arquivos digitais, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;

c) Rádio: uma cópia em pendrive ou outros, com arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: pendrive ou outro, com arquivos nas versões aberta - com as fontes e imagens em alta resolução - e finalizada.

3.1.14.1. Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo pendrive

ou outros.

3.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas e material aprovados pelo CONTRATANTE.

3.1.15.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE.

3.1.16. Entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

3.1.17. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

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

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

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

3.1.19. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

3.1.20. Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

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

3.1.20.2. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que tratam o art. 4° e seu § 1° da Lei n° 12.232/2010.

3.1.20.3. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

3.1.20.4. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

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

3.1.20.7. Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

3.1.20.8. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.

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

3.1.21. Responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

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

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

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

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

3.1.22. Manter registro do acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, nos termos do art. 17 da Lei nº 12.232/10.

4. DETALHAMENTO DAS ENTREGAS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

4.1. Com o objetivo de assegurar adequada parametrização das atividades a serem executadas pelas CONTRATADAS, bem como garantir a efetividade, a transparência e o controle da execução contratual, os serviços prestados pelas agências contratadas deverão observar as

disposições a seguir.

4.2. Das entregas mínimas esperadas

4.2.1. As agências contratadas deverão apresentar, conforme demanda da Câmara Municipal de Curitiba, as seguintes entregas mínimas, sem prejuízo de outras previstas neste Termo de Referência:

4.2.1.1. Plano de comunicação e/ou plano de campanha, contendo:

4.2.1.1.1. Objetivos da ação;
4.2.1.1.2. Público(s)-alvo;
4.2.1.1.3. Estratégia criativa;
4.2.1.1.4. Plano de mídia;
4.2.1.1.5. Cronograma detalhado de execução;
4.2.1.1.6. Estimativa de custos por ação e por mídia;
4.2.1.1.7. Indicadores de desempenho propostos;

4.2.1.2. Peças publicitárias criadas e produzidas, em conformidade com os formatos e especificações técnicas definidos pela CMC, para mídias online e offline;

4.2.1.3. Relatórios de execução, contemplando:

4.2.1.3.1. Descrição das ações realizadas;
4.2.1.3.2. Comprovação das veiculações efetuadas;
4.2.1.3.3. Análise de desempenho das campanhas.

4.3. Dos critérios de mensuração e avaliação da efetividade

4.3.1. A execução dos serviços será acompanhada e avaliada pela Diretoria de Comunicação Social da CMC, com base em critérios objetivos de desempenho, dentre os quais poderão ser considerados:

4.3.1.1. Alcance das campanhas, mensurado conforme métricas próprias de cada meio (GRPs, impressões, audiência estimada, cobertura territorial, entre outros);

4.3.1.2. Engajamento em ambientes digitais, incluindo, quando aplicável:

4.3.1.2.1. Visualizações;
4.3.1.2.2. Interações;
4.3.1.2.3. Cliques;
4.3.1.2.4. Compartilhamentos;
4.3.1.2.5. Taxas de engajamento;

4.3.1.3. Incremento de acessos aos canais próprios da CMC, como site institucional e redes sociais, quando a campanha tiver essa finalidade;

4.3.1.4. Cumprimento dos prazos estabelecidos nos cronogramas aprovados;

4.3.1.5. Adequação técnica e qualitativa das entregas, considerando clareza da mensagem, alinhamento institucional, observância aos princípios da comunicação pública e aderência às diretrizes da CMC.

4.3.2. Os indicadores definitivos poderão ser ajustados conforme a natureza de cada campanha, devendo constar expressamente nos planos de comunicação aprovados pela CMC.

4.4. Dos prazos

4.4.1. Os prazos para execução das ações serão definidos em cada demanda específica, por meio de briefing ou ordem de serviço, observando-se:

4.4.1.1. O cronograma aprovado pela CMC;
4.4.1.2. A complexidade da ação;
4.4.1.3. Eventual caráter urgente da demanda.

4.4.2. O descumprimento injustificado dos prazos estabelecidos poderá ensejar a aplicação das penalidades previstas neste Termo de Referência e no contrato.

4.5. Das campanhas institucionais e de utilidade pública

4.5.1. As ações de comunicação a serem demandadas no âmbito desta contratação poderão contemplar, a título exemplificativo e não exaustivo, campanhas institucionais e de utilidade pública voltadas à:

4.5.1.1. Divulgação de programas como o Câmara Aberta e Visita Guiada, com foco na aproximação da população ao Poder Legislativo e no estímulo à participação cidadã;

4.5.1.2. Campanhas informativas sobre a construção, finalidade e importância do novo prédio da Câmara Municipal de Curitiba, destacando aspectos de modernização, do concurso público de projetos, acessibilidade, sustentabilidade, melhoria do atendimento ao público e revitalização do Centro da cidade;

4.5.1.3. Ações de mobilização da sociedade para participação em consultas públicas, como aquelas relativas à Lei Orçamentária Anual (LOA) e à elaboração e revisão do Plano Diretor, com vistas ao fortalecimento do planejamento urbano participativo;

4.5.1.4. Campanhas de utilidade pública destinadas à divulgação e ao esclarecimento sobre serviços prestados pela CMC, tais como a Ouvidoria, o Serviço de Informação ao Cidadão (SIC), a Carta de Serviços da Câmara Municipal de Curitiba e o Portal da Transparência, ampliando o acesso da população aos canais institucionais e aos instrumentos de controle social.

5. PRAZO DA CONTRATAÇÃO

5.1. O prazo de vigência do contrato é de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por interesse das partes com base nos artigos 105 e 107 da Lei 14.133, de 2021.

6. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

6.1.1. cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

6.1.2. comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;

6.1.3. fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

6.1.4. proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

6.1.5. notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

6.1.6. notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2. Compete à CMC, por meio da Diretoria de Comunicação Social:

6.2.1. Definir as diretrizes estratégicas da comunicação institucional;

6.2.2. Aprovar planos, peças, cronogramas e relatórios;

6.2.3. Acompanhar, fiscalizar e avaliar a execução contratual.

7. FISCALIZAÇÃO

7.1. O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1. O Gestor e Fiscal titular e o substituto são responsáveis por executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

7.1.1.1. Além das atribuições previstas no contrato e na legislação aplicável, caberá ao Gestor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

7.2. A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

7.3. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

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

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

7.6. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.7. A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.8. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.9. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

7.10. Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.11. O CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA, conforme formulário próprio, anexo ao Edital.

7.11.1. A avaliação semestral será considerada pelo CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

8. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

8.1. O valor total estimado para a execução do objeto deste certame é de

R$ 6.900.000,00 (seis milhões e novecentos mil reais).

8.1.1. A estimativa de valor prevista constitui-se em mera previsão, não estando a CMC obrigada a realizá-la em sua totalidade e não cabendo às licitantes vencedoras o direito de pleitear qualquer tipo de indenização.

9. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

9.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento desta Câmara Municipal.

Curitiba, XX de XXXXX de 2026.

DIEGO FAGUNDES MARTINS
Diretoria de Contratações

DIOGO DREYER DA SILVA
Diretoria de Comunicação Social

PATRICIA SILVA DE MELO
Diretoria de Comunicação Social

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO I-B
BRIEFING

As agências de publicidade licitantes no presente certame devem elaborar e apresentar uma campanha publicitária de caráter institucional, simulada de acordo com este briefing.

Para fins de cálculo da distribuição de verba para a campanha simulada, a licitante utilizará como referencial máximo, para uma campanha de 30 (trinta) dias, o montante de R$700.000,00 (setecentos mil reais).

A campanha simulada deve considerar também os canais e veículos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Curitiba, sem atribuir-lhes custos pela veiculação.

1. SITUAÇÃO GERAL

A Câmara Municipal de Curitiba (CMC) busca contratar serviços de publicidade institucional para a execução de ações estratégicas de comunicação pública. O objetivo principal é assegurar a transparência, a difusão de informações de interesse coletivo e o fortalecimento da cidadania, ampliando a participação da sociedade nas decisões do parlamento municipal.

Atualmente, a Diretoria de Comunicação Social (DCS) da CMC possui um corpo de servidores altamente qualificado, sendo uma referência para outras Casas Legislativas do país. Contudo, essa atuação "orgânica" apresenta limitações claras no que diz respeito ao alcance do trabalho e da reputação da CMC.

Uma pesquisa quantitativa realizada pela Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná (AERP) em abril de 2025, com 600 residentes de Curitiba, revelou dados preocupantes. Embora 93% dos entrevistados afirmem já ter ouvido falar da Câmara, 81% relataram conhecimento baixo, muito baixo ou apenas médio sobre suas atribuições. Além disso, 89% não acompanham ou acompanham muito pouco os trabalhos da Câmara, e 93% nunca acessaram ou acessam muito pouco os canais digitais da instituição.

Esses dados evidenciam um descompasso entre o trabalho desenvolvido pela CMC e sua presença efetiva na vida dos cidadãos. Por outro lado, a pesquisa apontou uma oportunidade significativa: 79% dos entrevistados demonstraram interesse em saber mais sobre os trabalhos desenvolvidos e 70% avaliaram como positiva a implantação de um programa de comunicação institucional mais amplo.

Neste cenário, a contratação de serviços especializados em publicidade institucional é uma medida essencial para reverter esse quadro, em total consonância com os princípios constitucionais da administração pública, como a publicidade e a eficiência.

Para fins de adequada execução do briefing, as ações de comunicação a serem desenvolvidas deverão estar claramente definidas em planos de campanha a serem apresentados pela concorrente, contendo a descrição das entregas previstas, cronograma de execução e responsabilidades envolvidas.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Apesar de sua relevância institucional, a Câmara Municipal de Curitiba ainda é pouco reconhecida pela população como um órgão que impacta diretamente o cotidiano da cidade. Há baixa compreensão sobre suas funções, sobre o processo legislativo e sobre a diferença entre os papéis do vereador, do Poder Executivo e da própria estrutura administrativa da Casa. Isso gera distanciamento, reduz participação social e limita a percepção pública de transparência e utilidade do Legislativo.

Ao mesmo tempo, o ambiente de comunicação atual é marcado por sobrecarga informacional, circulação de conteúdos superficiais ou imprecisos sobre política e falta de referências claras sobre o funcionamento das instituições democráticas. O resultado é um cenário em que mensagens institucionais da CMC competem com múltiplas fontes de informação, muitas vezes mais visíveis e mais simplificadas.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO - GERAL E ESPECÍFICOS

O objetivo geral é posicionar a Câmara Municipal de Curitiba como uma instituição democrática, transparente e essencial, fortalecendo sua imagem institucional perante toda a sociedade curitibana.

Como objetivos específicos, a comunicação deverá: reduzir o desconhecimento da população acerca das atribuições do Poder Legislativo municipal; ampliar o acesso à informação pública e estimular a participação cidadã; promover a difusão de ideias, princípios e iniciativas de interesse público; ampliar a prestação de contas dos atos da CMC à sociedade; e garantir a execução de ações estratégicas de comunicação voltadas à transparência e à informação de interesse coletivo.

O que se espera desta campanha:

a) Reforçar o posicionamento da Câmara Municipal de Curitiba como protagonista na interlocução com a sociedade, em defesa dos interesses do povo curitibano, dos valores democráticos e das instituições públicas;
b) Tornar a Câmara Municipal de Curitiba reconhecida como um órgão relevante, compreensível e próximo, capaz de demonstrar, de forma clara e acessível, como suas atribuições interferem na qualidade de vida da população, fortalecendo a participação cidadã e promovendo confiança na instituição;
c) Construir uma percepção positiva sobre a atuação parlamentar, apresentando os diferentes desdobramentos dessa atuação nas esferas do poder público e consequentemente na vida das pessoas;
d) Aproximar o cidadão e incentivar a sua participação.
e) As campanhas deverão ajudar a reduzir a assimetria de informação, melhorar a percepção pública sobre o papel do Legislativo e ampliar o entendimento sobre as ações, projetos e entregas da CMC.

Em relação ao planejamento, a proposta da licitante deve demonstrar:

a) Complementaridade entre o uso das ferramentas de publicidade, propaganda e marketing digital e as estratégias adequadas ao setor público;
b) Visão estratégica na elaboração do plano de mídia, de forma a viabilizar uma presença eficaz da comunicação institucional nos veículos de comunicação com cobertura municipal. O plano deve se ater à verba disponível e considerar inclusive a utilização dos meios de comunicação próprios da CMC;
c) Exequibilidade, viabilidade e compatibilidade com os recursos previstos e racionalidade na

proposta de gastos, considerando toda a cidade de Curitiba;
d) Visão moderna das relações e do papel da CMC com os diversos segmentos da sociedade;
e) Inovação de conceitos e enfoques adequados às expectativas dos diversos segmentos de público e a natureza da instituição;
f) Comunicação suprapartidária, institucional e focada no cidadão, no sentido de que as estratégias, ferramentas, projetos, conteúdos e mensagens façam sentido para qualquer pessoa, independentemente de opções ideológicas;
g) Segmentação de públicos com consistência e visão abrangente dos relacionamentos da CMC em suas diversas dimensões;
h) Capacidade de potencializar todos os canais de comunicação com a sociedade, dando especial ênfase às novas tecnologias, buscando atrair substancial parcela para acompanhar e interagir com a CMC;
i) A campanha deve provocar e estimular que “a CMC é a Casa do Povo”.

Mídias

A campanha de comunicação simulada a ser apresentada nesta licitação deverá compreender a criação, a produção e, a critério do licitante, a sugestão de veiculação das peças para os meios que julgue apropriados e compatíveis com a criação desenvolvida, podendo contemplar mídias online e offline: Televisão, Rádio, Jornal, Redes Sociais e/ou todas as demais formas de veiculação existentes.

Destacamos que a campanha deverá prever adaptações do contexto e da linguagem para veiculação em outras mídias, tais como Digital, MUB ou OOH.

Levar em conta também que a CMC se valerá destes conceitos e layouts na confecção de materiais para suas para ações estratégicas nos seus projetos especiais, portanto, a licitante deverá sugerir adaptações para posterior utilização na confecção de material impresso, banners, cartazes, folders e demais materiais que apoiem esses projetos.

4. PÚBLICOS-ALVO

Público prioritário: população de Curitiba

A publicidade institucional deverá ter como público prioritário toda a população residente em Curitiba, considerando sua pluralidade sociocultural, diversidade etária e diferentes realidades territoriais.

Poderão ser adotadas estratégias de segmentação conforme a natureza de cada ação, observando-se recortes como:
– faixas etárias (jovens, adultos, idosos);
– grupos socioeconômicos;
– regiões administrativas da cidade;
– perfis de consumo de mídia.

Público secundário: estudantes da rede de ensino

Em consonância com o Planejamento Estratégico da CMC, as ações destinadas ao público secundário deverão contemplar estudantes da rede pública e privada de ensino de Curitiba, prioritariamente do ensino fundamental e médio.

Poderão ser previstas adaptações de linguagem e formato adequadas às faixas etárias, garantindo clareza, atratividade e caráter pedagógico.

5. PRAÇA

As ações de comunicação deverão ser focadas na cidade de Curitiba.

6. PERÍODO

A agência deve criar campanha publicitária para veiculação durante 30 (trinta) dias. A proposta deverá apresentar cronograma detalhado de execução da campanha, contemplando as etapas de criação, produção, veiculação e avaliação.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

Para o cálculo da alocação de valores na proposta técnica (plano de comunicação e campanha), a licitante utilizará como referencial a verba de R$700.000,00 (Setecentos mil reais).

8. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A Câmara Municipal de Curitiba já conta com uma Diretoria de Comunicação Social (DCS) estruturada. Além dos serviços prestados pelo quadro de servidores, a DCS gerencia contratos de prestação de serviços de Design Gráfico e Videográfico, sob demanda.

As agências contratadas atuarão de forma integrada às diretrizes estabelecidas pela DCS da Casa.

A instituição possui canais digitais próprios (site, redes sociais). Um dos objetivos do contrato será potencializar o alcance desses canais, visto que a pesquisa de 2025 indicou baixo acesso atual (93% relataram nunca ou raramente acessar os canais digitais da instituição).

9. MAIS INFORMAÇÕES

O portal oficial da Câmara Municipal de Curitiba, onde constam informações sobre as ações da instituição, é: https://www.curitiba.pr.leg.br/.

Informações detalhadas sobre as metas institucionais, que norteiam esta contratação, podem ser encontradas no Planejamento Estratégico 2022-2031 da CMC, disponível no portal.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO II
MODELO DE PROCURAÇÃO/CREDENCIAMENTO

A **empresa (razão social da licitante),** com sede na Rua **(endereço completo da licitante),** na cidade de (**nome da cidade**), Estado de (**nome do Estado**), inscrita no CNPJ sob o n° (**n° do CNPJ**) neste ato representada pelo (a) Sr.(ª). (**nome do representante legal da licitante**), portador do RG n° (**n° do RG do representante legal da licitante**) e do CPF n° (**n° do CPF do representante legal da licitante**) nos termos de seu Estatuto Social, pela presente CREDENCIA O(A) Sr.(ª). (**nome do representante credenciado pela licitante**), portador do RG n° (n**° do RG do representante credenciado pela licitante**) e do CPF n° (**n° do CPF do representante credenciado pela licitante**) para representá-la na presente licitação, promovida pela ÓRGÃO, OUTORGANDO-LHE plenos poderes para prestar esclarecimento, concordar, desistir, tomar deliberações, interpor recursos, renunciar ao direito de interpor recurso, renunciar ao recurso, negociar novas condições, assinar termos de compromisso, transigir, firmar recibos, assinar atas e outros documentos, acompanhar todo o processo licitatório até o seu final, tomar ciência das deliberações da Comissão Especial de Licitação, podendo para tanto, praticar todos os atos necessários à plena participação de nossa empresa na presente licitação e tudo o mais que se faça necessário para o bom e fiel cumprimento deste mandato.

Local e data.

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome e função da pessoa que assina

Obs.: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelos representantes legais. Sua assinatura deverá estar devidamente reconhecida em cartório ou acompanhada de declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal, e deverá juntar a comprovação dos poderes de representação do signatário. Será aceita escritura pública, desde que com mesmo conteúdo. Também serão aceitas procurações particulares firmadas eletronicamente.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO III
MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE TRATA O ART. 63, I, DA LEI FEDERAL N° 14.133/2021

A empresa (**razão social da licitante**), com sede na Rua (**endereço completo da licitante**), na cidade de (**nome da cidade**), Estado de (**nome do Estado**), inscrita no CNPJ sob o n° (**n° do CNPJ)** neste ato representada pelo(a) Sr.(ª). (**nome do representante legal da licitante**), portador do RG n° (**n° do RG do representante legal da licitante**) e do CPF n° (**n° do CPF do representante legal da licitante**), em atendimento ao disposto no art. 63, I, da Lei Federal n° 14.133/2021, **DECLARA**, sob as penas da lei, que reúne as condições de habilitação exigida no edital de Concorrência Pública n° 01/2026 da Câmara Municipal de Curitiba, que tem por objetivo a contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade.

Local e data.

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome função da pessoa que assina

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

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO IV-A
PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

A empresa (**razão social da licitante**), com sede na Rua (**endereço completo da licitante),** na cidade de (**nome da cidade**), Estado de (**nome do Estado**), inscrita no CNPJ sob o nº (**n° do CNPJ**) neste ato representada pelo(a) Sr(a). (**nome do representante legal da licitante**), portador do RG no (no do RG do representante legal da licitante) e do CPF no (**no do CPF do representante legal da licitante**), apresenta a seguinte **PROPOSTA DE PREÇOS** para os serviços descritos no Edital da Concorrência Pública nº 01/2026, da Câmara Municipal de Curitiba:

a) desconto, a ser concedido ao órgão, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná: % (___ por cento);

b) honorários, a serem cobrados do órgão, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: % (___ por cento);

c) honorários, a serem cobrados do órgão, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: % (__ por cento);

d) honorários, a serem cobrados do órgão, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: % (___ por cento).

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

Não faremos jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo contratante, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a eventual contrato.

Local e data.

_____

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome e função da pessoa que assina

Obs.: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal. Obs. 2: Esta Declaração deverá ser apresentada juntamente com as Declarações dos Anexos IV-B e IV-C.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO IV-B
DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

A empresa (**razão social da licitante**), com sede na Rua **(endereço completo da licitante),** na cidade de (**nome da cidade**), Estado de (**nome do Estado**), inscrita no CNPJ sob o no (**n° do CNPJ**) neste ato representada pelo(a) Sr(ª). (**nome do representante legal da licitante**), portador do RG no (**no do RG do representante legal da licitante**) e do CPF no (**no do CPF do representante legal da licitante**), para fins do disposto no item 12.3 do Edital da Concorrência Pública nº 01/2026 da Câmara Municipal de Curitiba, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente (pela licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do/a (órgão/órgão responsável pela licitação) antes da abertura oficial das propostas; e

f) está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Local e data.

_____

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome, função, RG e CPF da pessoa que assina

Obs.: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal. Obs. 2: Esta Declaração deverá ser apresentada juntamente com a Proposta de Preços do Anexo IV-A.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO IV-C
DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO

A empresa (**razão social da licitante**), com sede na Rua (**endereço completo da licitante**), na cidade de (**nome da cidade**), Estado de (**nome do Estado**), inscrita no CNPJ sob o nº (**no do CNPJ**) neste ato representada pelo (a) Sr(a) (**nome do representante legal da licitante**), portador do RG no (**nº do RG do representante legal da licitante**) e do CPF nº (**n° do CPF do representante legal da licitante**), para fins do disposto no item 12.4 do Edital da Concorrência Pública nº 01/2026 da Câmara Municipal de Curitiba, **DECLARA**, sob as penas da lei que:

a) compromete-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à órgão as vantagens obtidas;

b) que os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários incidentes sobre o contrato, serão de sua inteira responsabilidade, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro, quando for o caso;

c) também se responsabiliza pelos encargos comerciais decorrentes da execução contratual e que respeitará os prazos contratuais referentes ao repasse de valores lhes confiados pela Administração contratante e devidos aos terceiros prestadores de serviços especializados e aos veículos de comunicação;

d) está ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato constante do Anexo VII deste Edital;

e) está ciente e de acordo com o disposto na Cláusula Décima Quinta da Minuta de Contrato constante do Anexo VII deste Edital, que trata das sanções administrativas pelo descumprimento das obrigações assumidas.

Local e data

_____

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome e função da pessoa que assina

Obs.: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal. Obs. 2: Esta Declaração deverá ser apresentada juntamente com a Proposta de Preços do Anexo IV-A.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO V
MODELO DE DECLARAÇÃO
(timbre ou identificação do licitante)

XXXXXXXX, inscrito no CNPJ n.º XXXXXXXX, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) XXXXXXXX, portador(a) da Carteira de Identidade n.º XXXXXXXX e do CPF n.º XXXXXXXX, **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. INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO

Que não se enquadra em nenhuma das vedações contidas no art. 14 da Lei Federal n.º 14.133/2021, em especial:

1.1 Não mantenha 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.

2. NÃO UTILIZAÇÃO DE MÃO DE OBRA DE MENORES

Que não utiliza a mão de obra direta ou indireta de menores de 18 (dezoito) anos para a realização de trabalhos noturnos, perigosos ou insalubres, bem como não utiliza, para qualquer trabalho, mão de obra direta ou indireta de menores de 16 (dezesseis) anos, exceto na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos, conforme determina o art. 7º, inc. XXXIII da Constituição Federal.

3. DECLARAÇÃO DE ATENDIMENTO À POLÍTICA AMBIENTAL DE LICITAÇÃO SUSTENTÁVEL

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

4. DECLARAÇÃO DE RESERVA DE CARGOS

Que para fins do disposto no inciso IV do art. 63 da Lei Federal n.º 14.133/2021, cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

Local e data.

_____

Nome do representante legal

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

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO VI
MODELO DA DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES

DECLARAÇÃO

A empresa (**razão social da licitante**), com sede na Rua (**endereço completo da licitante**), na cidade de (**nome da cidade**), Estado de (**nome do Estado**), inscrita no CNPJ sob o nº (**nº do CNPJ**) neste ato representada pelo(a) Sr(a). (**nome do representante legal da licitante**), portador do RG no (**no do RG do representante legal da licitante)** e do CPF nº (**n° do CPF do representante legal da licitante**), **DECLARA**, para fins de participação na Concorrência Pública nº 01/2026 da Câmara Municipal de Curitiba, sob as penas da lei que, que até a presente data inexiste(m) fato(s) superveniente(s) impeditivo(s) para sua habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e data.

_____

Representante legal

Qualificação e assinatura

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

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO VII
MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº ___/2026, QUE CELEBRAM ENTRE SI A CÂMARA MUNICIPAL DE CURITIBA E _____.

CONTRATANTE: A **CÂMARA MUNICIPAL DE CURITIBA**, com sede na Rua Barão do Rio Branco, 720, Curitiba/PR, CEP 80.010-902, inscrita no CNPJ sob nº **77.636.520/0001-10**, neste ato representada pelo seu Presidente e Ordenador da Despesa, Vereador **LEÔNIDAS EDSON KUZMA,** e, de outro lado,

CONTRATADA:_____, pessoa jurídica de direito privado, com sede na _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, neste ato representado por seu Diretor Sócio-Administrador, _____;

Tendo em vista o contido no **Processo Administrativo nº 01274/2025 – CMC**, e em observância às disposições da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais legislação aplicável, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente do **Concorrência Pública n° 01/2026**, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010 e aplicação, de forma complementar, da Lei nº 14.133 de 01 de abril de 2021, da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, do Decreto Federal nº 57.690 e de 1º de fevereiro de 1966.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato - e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência Pública n° 01/2026 e seus anexos, bem como os documentos que tenham servido de base para o julgamento do certame supracitado.

2. CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO

2.1. Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade compreendendo 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 intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

2.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

2.1.1.1. ao planejamento, à execução de pesquisa e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, sobre o

mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas durante a execução dos contratos;

2.1.1.2. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

2.1.1.3. à criação, planejamento, monitoramento e divulgação de peças publicitárias no ambiente digital, incluídas as ferramentas necessárias nesta área.

2.1.1.4. à produção e à execução técnica das peças e/ou materiais criados pelas agências contratadas.

2.1.2. O planejamento, previsto no item 2.1.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no item 2.1.1 terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do CONTRATANTE, o público alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças, aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.1.4. Os serviços contratados não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.4.1. Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no item 2.1.4 precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou plataformas, 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.

2.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3° da Lei no 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o item 2.1.1, de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. Será admitida subcontratação das atividades complementares e os serviços especializados pertinentes listados no subitem 2.1.1.

2.4. A CONTRATADA atuará de acordo com a solicitação do CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no referido certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

2.5. Os serviços serão executados de acordo com o procedimento de seleção interna entre as agências, que será realizado em conformidade com o Manual de Procedimento de Seleção Interna entre as Agências, anexo X-A deste Edital, ou em qualquer outro que venha a substituir.

2.6. Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse do órgão.

3. CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA

3.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, contados da partir da publicação do extrato no Diário Oficial do Município, podendo ser prorrogado, prazo máximo de 10 (dez) anos, na forma dos artigos 105 a 107 da Lei nº 14.133/2021.

3.2. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:

a) Estar formalmente demonstrado no processo que a forma de prestação dos serviços tem natureza continuada;

b) Seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;

c) Seja juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;

d) Haja manifestação expressa do contratado informando o interesse na prorrogação;

e) Seja comprovado que o contratado mantém as condições iniciais de habilitação.

3.3. O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

3.4. A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

3.5. Nas eventuais prorrogações contratuais, os custos não renováveis já pagos ou amortizados ao longo do primeiro período de vigência da contratação deverão ser reduzidos ou eliminados como condição para a renovação.

3.6. O contrato não poderá ser prorrogado quando o contratado tiver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

4. CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. A soma das despesas a serem realizadas pela CONTRATADA e pelas outras contratadas ao abrigo da concorrência que deu origem a este ajuste, nos primeiros 12 (doze) meses, está estimada em R$ 6.900.000,00 (seis milhões e novecentos mil reais).

4.2. Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2026 irão onerar o crédito orçamentário:

Dotação Orçamentária	
01.01.01.131.0011.2281	DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DE GOVERNO E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL – CMC
3.3.90.39.00.00	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA
3.3.90.39.88.00	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
2026	R$5.600.000,00 (cinco milhões e seiscentos mil reais).

TOTAL DA DOTAÇÃO	**R$5.600.000,00 (cinco milhões e seiscentos mil reais).**
Dotação Orçamentária	
01.01.01.131.0011.2282	DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DE UTILIDADE PÚBLICA – CMC
3.3.90.39.00.00	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA
3.3.90.39.88.00	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
2026	R$1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais).
TOTAL DA DOTAÇÃO	**R$1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais).**

4.3. Se o CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.4. O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Realizar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

5.1.3. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.

5.1.4. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.2. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.2.1. O disposto não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei n° 12.232/2010.

5.3. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromissos antes do prazo estipulado.

5.4. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas comprovados.

5.5. O desrespeito ao disposto no item 5.4 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas na Lei 14.133/2021.

5.6. A CONTRATANTE reserva-se o direito de solicitar informações à CONTRATADA sobre todos os planos de incentivo que lhes forem concedidos em decorrência

deste contrato, bem como a demonstração de que o incentivo recebido não produziu ou estimulou veiculações contrárias ao interesse da CONTRATANTE, para fins de conferir efetividade à norma contida neste contrato.

5.7. A CONTRATADA deve negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos itens 10.2.2 e 10.2.4, da Cláusula Décima, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE.

5.8. A CONTRATADA deve observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

5.8.1. fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

5.8.2. somente apresentar cotações de preços de fornecedores previamente cadastrados pela Contratante, observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010;

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

5.8.4. exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

5.8.5. 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);

5.8.6. 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 do CONTRATANTE a aceitação ou não.

5.9. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.

5.10. O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

5.11. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Gestor deste contrato.

5.12. Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

5.12.1. supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco centésimo por cento) do valor deste contrato;

5.12.2. realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços independentemente de valor.

5.13. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.14. As disposições do item 5.8 a 5.12 não se aplicam à compra de mídia.

5.15. Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

5.15.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

5.15.1.1. um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

5.15.1.2. dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.16. Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.17. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

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

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

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

5.21. Apresentar ao CONTRATANTE para autorização do plano de mídia e/ou do plano de novas formas de publicidade digital de cada ação ou campanha publicitária, o estudo e a relação dos meios, praças e veículos de comunicação, a partir relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente e sem custo adicional para a órgão ou, em casos excepcionais, a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.22. O estudo de que trata o item anterior deve levar em conta os meios, praças e veículos de comunicação e divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade do CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.23. Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE durante a vigência do contrato, sem ônus para esta, cópias das peças produzidas, nos seguintes formatos:

5.23.1. TV e Cinema: uma cópia em *pendrive* e/ou arquivos digitais e relatório de exibição fornecido por empresa independente;

5.23.2. Internet: uma cópia em *pendrive* e/ou arquivos digitais que constituíram a campanha ou peça e relatórios do Google Analytics ou outra ferramenta equivalente;

5.23.3. Rádio: uma cópia em *pendrive* e/ou arquivos digitais e relatório de exibição fornecido por empresa independente;

5.23.4. Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em *pendrive*, com arquivos nas versões aberta - com as fontes e imagens em alta resolução - e finalizada.

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

5.25. Manter arquivo das peças produzidas, em meio virtual, com as produções realizadas no decorrer da execução deste contrato, em ferramenta disponibilizada pela CONTRATANTE.

5.25.1. O acesso ao arquivo virtual será feito exclusivamente pelas agências CONTRATADAS e a CONTRATANTE, reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

5.26. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, nos termos do art. 17 da Lei nº 12.232/10.

5.27. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas e material aprovados pela CONTRATANTE.

5.28. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE.

5.29. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das empresas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.30. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.31. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.32. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

5.34. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

5.35. Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

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

5.37. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que trata o art. 4° e seu § 1° da Lei 12.232/2010 e manter válido, sem pendências, o Cadastro de Fornecedores utilizado pela CONTRATANTE.

5.38. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.39. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

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

5.42. Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

5.43. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.

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

5.45. Responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

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

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

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

5.49. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato e por ela prestados.

5.50. Preencher com os executores os valores contratados, nos Pedidos de Autorização de Veiculação e Divulgação - PADV, emitido pelos órgãos.

5.51. Cumprir as obrigações relativas à reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz.

6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

6.1.1. cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

6.1.2. comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;

6.1.3. fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

6.1.4. proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

6.1.5. notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

6.1.6. notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

6.1.7. emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos

manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste;

6.1.7.1. A Administração terá o prazo de 30 (trinta), a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

6.1.8. responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo CONTRATADO no prazo máximo de 45 (quarenta e cinco) dias, admitida a prorrogação motivada por igual período.

6.2. Para cumprimento do objeto do contrato, a CONTRATADA emitirá Autorização de Veiculação e Divulgação - PADV, documento obrigatório para autorizar cada serviço a ser executado.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará as especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1. A gestão e fiscalização do contrato será realizada pela Diretoria de Comunicação Social da Câmara Municipal de Curitiba, e aos quais competirá registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

7.1.2. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Gestor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

7.2. A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

7.3. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

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

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

7.6. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.7. A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.8. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.9. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

7.10. Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.11. A avaliação semestral será considerada pelo CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados: decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

8. CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1. Honorários de ..... % (.... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n° 4.680/1965, de que trata o item 9.1.

8.1.2. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.3. Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

8.1.3.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.4. Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.1.4.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescidos o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.5. ..... % (..... por cento) dos valores previstos na tabela referência de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

8.2. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.3. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, conforme previsto no item 8.1.5, acompanhada de exemplar da referida tabela.

8.4. A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

8.5. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade.

8.6. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.7. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas no interesse do CONTRATANTE, desde que haja consentimento expresso por

parte da CONTRATADA, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato, o que deverá ser justificado.

9. CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o Art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965, regulamentado pelo Decreto 57.690/66.

9.1.1. Dos 20% (vinte por cento) de desconto de agência a que faz jus, a CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE sob a forma de desconto, o equivalente a 5% (cinco por cento) e permanecerá com 15% (quinze por cento), no ato de pagamento de cada uma das faturas.

9.1.2. O desconto de que trata o item precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei n° 12.232/2010.

9.2. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.3. A contratada não fará jus ao desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias - incluídos os estudos, análises e planos -, campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante e após a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Município de Curitiba, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.4. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, realizar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2. Com vistas às contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores dois orçamentos para a execução do serviço, um de cessão por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o CONTRATANTE escolha uma das opções.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos itens seguintes.

10.2.2. Na utilização de peças por período igual ao inicial ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais do autor e conexo será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a utilização por períodos inferiores, o percentual será obtido pela regra de três simples.

10.2.3. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se em tal caso, no máximo, a variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA/IBGE no período ou conforme negociado, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.4. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporada a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.3. A CONTRATADA se obriga a 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, nos orçamentos de produção aprovados pelo CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no item 5.12

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

10.4.1. a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá ao seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba ao CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

10.4.2. que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

10.4.3. que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção, sendo apenas ressarcidos eventuais custos de edição das imagens solicitadas, se e quando necessário.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – NORMAS ANTICORRUPÇÃO E *COMPLIANCE*

11.1. A CONTRATADA declara, sob as penas da lei, não haver, até a presente data, qualquer impedimento à presente contratação ou mesmo à execução de alguma cláusula ou condição do instrumento ora pactuado.

11.2. A CONTRATADA declara por si, por seus empregados, sócios, colaboradores, terceiros contratados e fornecedores estar em plena conformidade com as leis e regulamentos de anticorrupção.

11.3. A CONTRATADA endossa todas as leis, normas, regulamentos e políticas relacionados ao combate à corrupção que a ela se apliquem, obrigando-se a abster-se de qualquer atividade ou ato que constitua violação às referidas disposições bem como das quais o CONTRATANTE seja signatário.

11.4. A CONTRATADA por si, por seus administradores, diretores, empregados, terceiros contratados e agentes, bem como por sócio que venha a agir em seu nome, se obriga a conduzir suas práticas comerciais durante toda a vigência deste instrumento de forma ética e em conformidade com as normas aplicáveis.

11.5. A CONTRATADA por si, por seus empregados, sócios, colaboradores, terceiros contratados e fornecedores não deve, direta ou indiretamente, dar, oferecer, pagar, promoter pagar, autorizar o pagamento de qualquer importância em dinheiro, ou mesmo qualquer coisa de valor, benefício, doação, vantagem a qualquer autoridade, consultor, representante, parceiro, ou quaisquer terceiros com a finalidade de influenciar quaisquer atos ou decisões de agente de governo ou para assegurar qualquer vantagem indevida.

11.6. A CONTRATADA declara que não pratica e se obriga a não praticar quaisquer atos que violem leis anticorrupção.

11.7. A CONTRATADA concorda em fornecer prontamente, sempre que solicitada, demonstração de que está atuando diligentemente na prevenção de práticas que possam violar as leis anticorrupção.

11.8. A CONTRATADA obriga-se a manter seus livros, registros, contas e documentos contábeis organizados e precisos, assegurando-se de que nenhuma transação seja mantida fora de seus livros e que todas as transações sejam devidamente registradas e documentadas desde o início.

11.9. A CONTRATADA concorda que o CONTRATANTE terá o direito de, sempre que julgar necessário, desde que com prévio aviso, analisar todos os livros, registros, contas e documentações de suporte que se relacionem a este Contrato, para verificar o cumprimento de leis anticorrupção aplicáveis, sendo que a CONTRATADA se compromete a cooperar totalmente com qualquer solicitação de documentos.

11.10. A CONTRATADA compromete-se a praticar a governança corporativa de modo a dar efetividade ao cumprimento das obrigações contratuais em observância à legislação aplicável.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA PROTEÇÃO E TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS

12.1. As partes comprometem-se a cumprir integralmente a Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD) e a Resolução nº 03/2023 da Câmara Municipal de Curitiba, que regulamenta a aplicação da LGPD no âmbito do Poder Legislativo Municipal.

12.2. O tratamento de dados pessoais indispensáveis à prestação dos serviços por parte da CONTRATADA, se houver, será realizado mediante prévia e fundamentada aprovação do contratante, observados os princípios do art. 6º da LGPD, especialmente o da necessidade;

12.3. Os dados tratados pelo contratado somente poderão ser utilizados na prestação dos serviços especificada neste contrato, e em hipótese alguma poderão ser utilizados para outros fins, observadas as diretrizes e instruções transmitidas pelo contratante;

12.4. Os registros de tratamento de dados pessoais que o contratado realizar serão mantidos em condições de rastreabilidade e de prova eletrônica a qualquer tempo;

12.5. A CONTRATADA deverá apresentar evidências e garantias suficientes de que aplica adequado conjunto de medidas técnicas e administrativas de segurança, para a proteção dos dados pessoais, segundo a legislação e o disposto nesta Cláusula;

12.6. A CONTRATADA dará conhecimento formal aos seus empregados das obrigações e condições acordadas nesta Cláusula, inclusive no tocante à Política de Privacidade da CONTRATANTE, cujos princípios e regras deverão ser aplicados à coleta e tratamento dos dados pessoais.

12.7. O eventual acesso, pela CONTRATADA, às bases de dados que contenham ou possam conter dados pessoais ou segredos comerciais ou industriais implicará para a CONTRATADA e para seus prepostos – devida e formalmente instruídos nesse sentido – o mais absoluto dever de sigilo, no curso do presente contrato e após o seu encerramento.

12.8. A CONTRATADA deverá comunicar à CONTRATANTE, em até 24 (vinte e quatro) horas, a ocorrência de qualquer incidente de segurança que possa acarretar risco ou dano relevante aos titulares dos dados, colaborando com a apuração e a mitigação dos efeitos.

12.9. A critério do controlador e do encarregado de Dados da CONTRATANTE, a CONTRATADA poderá ser provocada a preencher um relatório de impacto à proteção de dados pessoais, conforme a sensibilidade e o risco inerente do objeto deste contrato, no tocante a dados pessoais.

12.10. A CONTRATADA responde pelos danos que tenha causado em virtude da violação da segurança dos dados ao deixar de adotar as medidas de segurança previstas

no art. 46 da LGPD, destinadas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito.

12.11. Os representantes legais da CONTRATADA, bem como os empregados que necessariamente devam ter acesso a dados pessoais sob controle da CONTRATANTE para o cumprimento de suas tarefas, deverão firmar termo de compromisso e confidencialidade, em que se responsabilizem pelo cumprimento da LGPD e pelo disposto nesta Cláusula.

12.12. A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, requisitar informações acerca dos dados pessoais confiados à CONTRATADA, bem como realizar inspeções e auditorias, inclusive por meio de auditores independentes, a fim de zelar pelo cumprimento dos deveres e obrigações aplicáveis;

12.13. Eventual compartilhamento de dados pessoais com empresa subcontratada dependerá de autorização prévia do contratante, hipótese em que o subcontratado ficará sujeito aos mesmos limites impostos à CONTRATADA.

12.14. Encerrada a vigência do contrato ou não havendo mais necessidade de utilização dos dados pessoais, sejam eles sensíveis ou não, a CONTRATADA providenciará o descarte ou devolução, para a CONTRATANTE, de todos os dados pessoais e as cópias existentes, atendido o princípio da segurança.

12.15. As dúvidas decorrentes da aplicação da LGPD serão objeto de consulta por parte do encarregado da CONTRATANTE à Controladoria do Legislativo, que poderá consultar a Procuradoria Jurídica em caso de dúvida jurídica devidamente fundamentada.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

13.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar, dentro do prazo de 90 dias, contados a partir do término da veiculação da mídia:

13.1.1. a correspondente Nota Fiscal Eletrônica em nome do órgão ao qual foi prestado a ação de publicidade;

13.1.2. a primeira via da Nota Fiscal do fornecedor ou do veículo, emitida em nome do órgão à qual foi prestado o serviço, quando for o caso;

13.1.3. os documentos e comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de entrega.

13.2. O prazo previsto no item 13.1 poderá ser prorrogado, em caráter excepcional, mediante pedido formal da agência, em decorrência de situações imprevisíveis, devidamente justificadas.

13.2.1. Os pagamentos serão feitos mediante crédito do (Banco ____) agência n° ____ conta corrente n°____;

13.2.2. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços, para a liquidação e pagamento das despesas, deverão ser encaminhados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE, preferencialmente em formato (indicar formato) ou entregues fisicamente em sua sede.

13.2.3. O Gestor do contrato somente atestará a prestação de serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

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

13.3.1. Serviços executados pela CONTRATADA:

13.3.2. intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam itens 13.1.1 a 13.1.3

13.3.3. execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os itens 13.1.1 a 13.1.3;

13.3.3.1. serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

13.3.3.1.1. produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os itens 13.1.1 a 13.1.3;

13.3.3.1.2. planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os itens 13.1.1 a 13.1.3;

13.3.3.1.3. criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os itens 13.1.1 a 13.1.3;

13.3.3.1.4. veiculação: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os itens 13.1.1 a 13.1.3, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do item 13.3.

13.4. A liquidação da despesa com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terá o tratamento previsto no item 13.3.3.1.1.

13.5. Na ocorrência de falha local em programação eletrônica, rede nacional, além das providências previstas no item 13.3.3.1.4 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

13.6. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei n° 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo Gestor deste contrato, por ocasião da apresentação do Plano Mídia pela CONTRATADA ao CONTRATANTE.

13.7. O pagamento das despesas será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos itens 13.1 e 13.2, depois de comprovado o adimplemento da contratada em todas as suas obrigações, já deduzidas as glosas e notas de débitos, e da verificação do Certificado de Regularidade Fiscal (CRF), emitido por meio do Sistema de Gestão de Materiais, Obras e Serviços – GMS, destinado a comprovar a regularidade com os Fiscos Federal, Estadual (inclusive do Estado do Paraná para licitantes sediados em outro Estado da Federação) e Municipal, com o FGTS, INSS e negativa de débitos trabalhistas (CNDT), observadas as disposições do Termo de Referência.

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

13.9. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições do item 13.2.

13.10. No tocante à veiculação, além do previsto no item 13.3.3.1.4 a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE os seguintes comprovantes:

13.10.1. Revista: exemplar original e via digital, se houver;

13.10.2. Jornal: exemplar impresso e via digital, se houver, ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

13.10.3. demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.

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

13.11.1. 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;

13.11.1.1. como alternativa à declaração prevista no subitem 13.11.1, 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 subitem 13.11.1 deste item, 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 subitem 13.11.1 deste item;

13.11.1.2. como alternativa ao conjunto de documentos previsto nos subitem 13.11.1 e 13.11.1.1 deste item, 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 (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

13.11.2. Mídia Exterior:

13.11.2.1. 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;

13.11.2.2. Mídia Digital *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação datado e assinado, acompanhando a 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;

13.11.2.3. Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de 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;

13.11.3. Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela em que contenha a data e o *link* de acesso.

13.12. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas no item 13.11 e seus itens serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

13.13. Para a efetivação dos pagamentos, a CONTRATADA e os executores/fornecedores deverão estar com todas as certidões válidas no Cadastro de Fornecedores do Município de Curitiba.

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

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

13.15. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a AGÊNCIA não tenha concorrido, de alguma forma, para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela ADMINISTRAÇÃO, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela é calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

EM = I x N x 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:

$$I = (TX) \quad I = \frac{(6/100)}{365}$$

I = 0,00016438

TX = Percentual da taxa anual = 6%

13.15.1. O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

13.16. O CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

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

13.17.1. A CONTRATADA encaminhará, em 48 (quarenta e oito) horas úteis após o prazo estipulado no item 13.17, à CONTRATANTE, por e-mail, os comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE, podendo ser disponibilizado no arquivo virtual a critério da CONTRATANTE.

13.17.2. A CONTRATADA encaminhará à CONTRATANTE relatório, até o quinto dia de cada mês subsequente ao do pagamento, com a consolidação dos pagamentos de que trata o item 13.17, efetuados no mês imediatamente anterior.

13.17.3. Os dados e formato de controle dos pagamentos de que tratam o item 13.17 serão definidos pelo CONTRATANTE, e os comprovantes e relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações:

13.17.3.1. data do pagamento do CONTRATANTE ao CONTRATADO;

13.17.3.2. ata do pagamento da CONTRATADA ao fornecedor;

13.17.3.3. valor pago;

13.17.3.4. nome do favorecido; e

13.17.3.5. número da Nota Fiscal.

13.17.4. O não cumprimento do disposto nos itens 13.17 e/ou 13.17.1 ou a não justificativa formal para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão dos pagamentos à CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência, ou ensejar a rescisão contratual.

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

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

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – GARANTIA

14.1. O adjudicatário, no prazo de 30 (trinta) dias após a assinatura do Termo de Contrato ou aceite do instrumento equivalente, prestará garantia no valor correspondente a ..... (.....) do valor do Contrato, que será liberada de acordo com as condições previstas neste Edital, conforme disposto no art. 96 da Lei Federal n.º 14.133, de 2021, desde que cumpridas as obrigações contratuais.

14.1.1. Caso seja exigida garantia de execução contratual e o adjudicatário opte pelo seguro-garantia como modalidade de garantia a ser prestada, o prazo indicado no item 14.1 será de, no mínimo, 01 (um) mês, conforme § 3º do Art. 96 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

14.2. A inobservância do prazo contido no item 14.1 acarretará a aplicação de multa de 0,5% (zero vírgula cinco por cento) do valor do contrato, até o limite de 2% (dois por cento), até 30º dia de atraso.

14.2.1. O atraso superior a 30 (trinta) dias na apresentação de garantia configura inadimplência total e implicará na rescisão do contrato.

14.3. Caberá ao contratado optar por uma das seguintes modalidades de garantia:

14.3.1. Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

14.3.2. seguro-garantia;

14.3.3. fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

14.3.3.1. A garantia prestada em carta fiança emitida por cooperativa de crédito deverá vir acompanhada da autorização de funcionamento emitida pelo Banco Central do Brasil.

14.3.3.2. Quando a garantia se processar sob a forma de Seguro-Garantia ou Fiança Bancária, a mesma não poderá ser prestada de forma proporcional ao período contratual, devendo sua validade coincidir com o prazo de vigência do contrato. Caso ocorra prorrogação do contrato, a garantia apresentada deverá ser prorrogada.

14.4. A garantia em dinheiro deverá ser depositada na Instituição Financeira indicada pela Administração, com correção monetária.

14.5. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser readequada ou renovada nas mesmas condições.

14.5.1. Havendo acréscimo no valor contratual, o contratado deverá proceder o reforço proporcional da garantia. O não atendimento autoriza o contratante a descontar das faturas o valor correspondente

14.6. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o Contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data em que for notificada.

14.7. O contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

14.8. As garantias serão devolvidas ao CONTRATADO, após a lavratura do termo de recebimento definitivo e da apuração dos haveres, devidamente atualizados ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente. (art.100 da Lei Federal n.º 14.133, de 2021).

14.9. Será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de renovação ou de aniversário, desde que mantidas as mesmas condições e coberturas da apólice vigente e desde que nenhum período fique descoberto.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

15.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

a) der causa à inexecução parcial do contrato;

b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

c) der causa à inexecução total do contrato;

d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;

g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

15.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

15.2.1. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

15.2.2. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

15.2.3. Multa:

15.2.3.1. Multa compensatória de até 20% (vinte por cento), a ser calculada sobre o valor total da contratação, no caso de inadimplemento de qualquer obrigação por parte da Contratada, sem prejuízo das demais sanções administrativas;

15.2.3.2. Multa moratória de 1% (um por cento) por dia de atraso não justificado no cumprimento dos prazos estabelecidos neste instrumento, contada desde o primeiro dia do atraso na execução de qualquer prazo previsto no Termo de Referência ou instrumento contratual, a ser calculada sobre o valor da obrigação inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;

15.2.3.3. O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme determina o inciso I do artigo 137, da Lei no 14.133/21;

15.2.3.4. Após 30 dias de mora será considerado inexecutado o contrato, sendo aplicada a multa compensatória no importe de até 20% (vinte por cento) sobre o valor total atualizado da contratação;

15.3. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021)

15.4. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

15.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021)

15.4.2. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia

prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

15.4.3. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

15.5. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

15.6. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
b) as peculiaridades do caso concreto;
c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
d) os danos que dela provierem para o Contratante;
e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

15.7. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

15.8. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).

15.9. O Contratante deverá, no prazo máximo 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal (art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).

15.10. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

15.11. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - CASOS DE EXTINÇÃO

16.1. A inexecução total ou parcial do contrato enseja a sua extinção, com as consequências previstas em lei e neste contrato.

16.2. Constituem motivo para extinção do contrato:

16.2.1. O não cumprimento de cláusulas, condições, especificações, projetos e prazos;

16.2.2. O cumprimento irregular de cláusulas, condições, especificações, projetos e prazos,

16.2.3. A lentidão no seu cumprimento, levando o CONTRATANTE a presumir a não conclusão do serviço nos prazos estipulados;

16.2.4. O atraso injustificado no início do serviço sem justa causa e sem prévia comunicação ao CONTRATANTE;

16.2.5. A paralisação do serviço sem justa causa e sem prévia comunicação ao CONTRATANTE;

16.2.6. A subcontratação total ou parcial do seu objeto, a associação do CONTRATADO com outrem, a cessão ou transferência total ou parcial do contrato, fusão, cisão ou incorporação, que afetem a boa execução desse exceto se autorizada pelo CONTRATANTE nos casos permitidos em lei;

16.2.7. O não atendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a execução, assim como as de seus superiores;

16.2.8. O cometimento reiterado de faltas na execução do ajuste, anotadas no Relatório de Fiscalização;

16.2.9. A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil do CONTRATADO;

16.2.10. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que, a juízo do CONTRATANTE, prejudique a execução do contrato;

16.2.11. A dissolução da sociedade ou o falecimento do contratado;

16.2.12. Não cumprimento das obrigações relativas à reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz.

16.2.13. A falta de integralização da garantia nos prazos estipulados;

16.2.14. Razões de interesse público justificadas e determinadas pela autoridade máxima do órgão ou entidade;

16.2.15. A supressão, por parte do CONTRATANTE, de serviços, acarretando modificação do valor inicial do contrato além do limite permitido legalmente;

16.2.16. A suspensão de sua execução, por ordem escrita do CONTRATANTE, por prazo superior a 3 (três) meses, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem 90 (noventa) dias úteis, independentemente do pagamento obrigatório de indenizações pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado à CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas, até que seja normalizada a situação;

16.2.17. O atraso superior a 2 (dois) meses dos pagamentos devidos pelo CONTRATANTE decorrentes de serviços ou fornecimentos ou parcelas destes já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado à CONTRATADA o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;

16.2.18. A não liberação, por parte do CONTRATANTE, de área, local ou objeto para execução de serviço ou fornecimento, nos prazos contratuais, bem como das fontes de materiais naturais especificadas no projeto;

16.2.19. A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada e impeditiva da execução do contrato.

16.2.20. O descumprimento da proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de 18 (dezoito) anos e de qualquer trabalho a menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos;

16.2.21. A superveniência da declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública;

16.2.22. O perecimento do objeto contratual, tornando impossível o prosseguimento da execução da avença.

16.3. O presente instrumento poderá ser extinto:

16.3.1. determinada por ato unilateral e escrito da Administração, exceto no caso de descumprimento decorrente de sua própria conduta**;**

16.3.2. consensual, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração; ou

16.3.3. determinada por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial.

16.4. No caso de rescisão consensual, a parte que pretender rescindir o Contrato comunicará sua intenção à outra, por escrito.

16.5. Os casos de extinção contratual devem ser formalmente motivados nos autos do processo, assegurado o contraditório e o direito de prévia e ampla defesa ao Contratado.

16.6. O Contratado, desde já, reconhece todos os direitos da Administração Pública, em caso de extinção administrativa por inexecução total ou parcial deste contrato

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – ALTERAÇÕES CONTRATUAIS, ACRÉSCIMOS E SUPRESSÕES:

17.1. Este contrato poderá ser alterado em qualquer das hipóteses previstas nos artigos 124 e 125 da Lei Federal n.º 14.133. de 2021.

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

17.2. É admissível a continuidade do contrato administrativo quando houver fusão, cisão ou incorporação da contratada com outra pessoa jurídica, desde que:

17.2.1. sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original;

17.2.2. sejam mantidas as demais cláusulas e condições do contrato; e

17.2.3. não haja prejuízo à execução do objeto pactuado e haja anuência expressa da Administração à continuidade do contrato.

17.3. As alterações previstas nesta cláusula serão formalizadas por termo aditivo ao contrato.

18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DISPOSIÇÕES GERAIS

18.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

18.2. A juízo do CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

18.3. O CONTRATANTE providenciará a publicação do resumo deste contrato no Diário Oficial do Município de Curitiba e no sítio eletrônico oficial, sem prejuízo de disponibilização da íntegra do contrato no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e no sistema GMS.

18.4. Constituem direitos e prerrogativas do CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei Federal nº 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

18.5. São assegurados ao CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

18.6. A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente -- não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigir cumprimento do avençado.

18.7. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio do CONTRATANTE na internet, em local específico para esse fim, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

18.7.1. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

18.8. As partes aceitam e admitem como válida a assinatura do presente instrumento por meio eletrônico, para todos os fins jurídicos, nos termos dispostos na Medida Provisória nº 2.200-2/2001, na Lei Federal nº 14.063/2020 e no Decreto Estadual nº 7.304/2021.

18.9. Integram o presente contrato e vinculam os CONTRATANTES para todos os fins: o edital da licitação e seus anexos e a proposta apresentada pelo CONTRATADO durante a licitação.

19. CLÁUSULA DÉCIMA NONA– FORO

19.1. Fica eleito o Foro Central da Comarca da Região Metropolitana de Curitiba para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei nº 14.133/21.

PALÁCIO RIO BRANCO, em ____ de _____ de 2026.

LEÔNIDAS EDSON KUZMA
Presidente
Câmara Municipal de Curitiba
CONTRATANTE

_____
_____
_____
CONTRATADA

1ª Testemunha:
Nome:

2ª Testemunha:
Nome:

Minuta elaborada por: Diego Fagundes Martins – matrícula 2218

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO VIII
DECLARAÇÃO DE LGPD

XXXXXXXX, inscrito no CNPJ n.º XXXXXXXX, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) XXXXXXXX, portador(a) da Carteira de Identidade n.º XXXXXXXX e do CPF n.º XXXXXXXX, 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 e data

_____
Representante Legal

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO IX
DECLARAÇÃO DE NÃO PARENTESCO

XXXXXXXX, inscrito no CNPJ n.º XXXXXXXX, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) XXXXXXXX, portador(a) da Carteira de Identidade n.º XXXXXXXX e do CPF n.º XXXXXXXX, DECLARA, para os devidos fins, que tem pleno conhecimento das regras contidas no edital de licitação, bem como NÃO possui em seu quadro societário pessoa na condição de cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau, com Agentes Políticos do Município de Curitiba nos cargos de Secretários, Dirigentes e Diretores da Administração Direta e Indireta, inclusive, conforme a Súmula Vinculante nº 13 do STF, de servidor da Câmara Municipal de Curitiba, investido em cargo de direção, chefia ou de cargos em comissão de assessoramento.

Local e data

_____
Representante Legal

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO X-A
MANUAL DE PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA ENTRE AS AGÊNCIAS

1. OBJETIVO

1.1. Este Manual estabelece, no âmbito da Câmara Municipal de Curitiba - CMC, 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 CMC com as agências de publicidade de acordo com o Edital da Concorrência Pública nº 001/2026.

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 Social - DCS, 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.

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 deste 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$500.000,00 (quinhentos mil reais);

b) Seleção Nível 2: o procedimento de escolha de agência(s) para o desenvolvimento de ação de publicidade com investimento estimado entre R$500.000,01 (quinhentos mil reais e um centavo) até R$2.000.000,00 (dois milhões de reais);

c) Seleção Nível 3: o procedimento de escolha de agência(s) para o desenvolvimento de ação de publicidade com investimento estimado

igual ou superior a R$2.000.000,01 (dois milhões de reais e um centavo).

A. Seleção Interna Nível 1

3.4. A escolha de agência por Seleção Nível 1 será feita pela DCS 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 CMC (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 DCS, 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.

3.5.1. As propostas de solução publicitária apresentadas serão analisadas pela DCS, 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 DCS 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 DCS 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 CMC para seu desenvolvimento, de forma devidamente justificada;

b) Ação de publicidade com peça(s) ou linha criativa proposta por iniciativa da DCS, 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 DCS.

3.5.3. Dada a dispensa do procedimento de seleção, e se conveniente e oportuno, a DCS 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 DCS.

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 DCS.

C. Seleção Interna Nível 3

3.6. Será elaborado Briefing e/ou solicitação de trabalho pela DCS, 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 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 DCS 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 DCS 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 representantes da Diretoria Geral e DCS.

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 DCS 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 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 DCS 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 CMC para seu desenvolvimento, de forma devidamente justificada;

b) Ação de publicidade com peça(s) ou linha criativa proposta por iniciativa da CMC, 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 a 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 DCS.

3.6.12. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 3 por comunicado formal da DCS.

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

4.2. As peças publicitárias propostas serão submetidas à aprovação da DCS.

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 de Fornecedores da CMC, 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 agência poderá contratar empresa não cadastrada mediante prévia e expressa justificativa, ficando a critério da CMC a aceitação ou não.

5.7. Sempre que entender conveniente e oportuno, a DCS 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$34.500,00 (trinta e quatro mil e quinhentos reais), a agência coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CMC.

5.8.1. Caberá à agência informar à DCS 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), correspondente a R$34.500,00 (trinta e quatro mil e quinhentos 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, competirá aos responsáveis pela fiscalização do contrato.

5.8.2.1. A convocação da Sessão Pública será feita mediante Aviso e publicação no Diário Oficial do Município de Curitiba (DOM), bem como no sítio da CMC – Portal da Transparência, na página destinada à divulgação das informações sobre a execução contratual.

5.8.2.2. A Sessão Pública ocorrerá nas dependências da CMC, na data e horário constantes no Aviso publicado, e deverá contar obrigatoriamente com a presença dos responsáveis pela fiscalização do contrato 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 responsáveis pela fiscalização do contrato 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 responsáveis pela fiscalização do contrato 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 CMC.

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 DCS.

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 DCS poderá efetuar cotação de preços, preferencialmente, junto a fornecedores previamente cadastrados no Cadastro de Fornecedores da CMC, independentemente do valor.

5.9. A execução de cada bem ou serviço publicitário deverá ser previamente autorizada pela DCS.

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 DCS 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 DCS, 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 CMC 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 DCS 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;

6.1.3. Nas Seleções Internas exclusivas de linhas criativas, a DCS 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 DCS, 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 DCS.

6.1.7. Caso ocorra "não encaixes", falhas e alterações, será encaminhada à DCS 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 DCS 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 DCS caso ocorram alterações com relação à programação autorizada inicialmente.

6.2.2. Caberá à DCS 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.

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

6.4. A(s) agência(s) somente poderá(ão) iniciar a execução dos trabalhos após o recebimento do Empenho e Ordem de Serviços, ou documento equivalente, emitidos pelos setores responsáveis da CMC, bem como aprovação/autorização formal pela DCS dos documentos da agência, tais como a (s) Autorização (ões) de Publicação (ões) e o (s) Orçamento (s) de Custo(s).

6.5. Da comprovação de veiculação

6.5.1. No tocante à comprovação de veiculação, a agência deve apresentar, conforme cada meio de divulgação e sem ônus para a CMC, 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 CMC a impossibilidade de fazê- lo, nos termos dos contratos que firmou com as agências.

6.5.1.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos do(s) contrato(s) firmado(s) pela CMC 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 ocaso), 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 (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. Mídia portal, blog, site: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia e/ou relatório de veiculação emitido com o número de impressão/visualização e print diária 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.

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 CMC 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 DCS, 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 CMC, o responsável pelo recebimento deverá encaminhar à DCS 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 preferencialmente por meio digital à CMC.

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. As condições para liquidação e pagamento das despesas estão previstas na Cláusula Décima Terceira do contrato.

10. DA AVALIAÇÃO DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS

10.1. A critério da DCS, 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 CMC avaliará os serviços prestados pela(s) agência(s) de propaganda, semestralmente.

11.2. A avaliação será efetuada no formulário Avaliação de Desempenho de Agência de Propaganda (Anexo X-B), 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.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026

ANEXO X-B
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

1.1. Entendimento dos problemas de comunicação do anunciante. Conhecimento da problemática do anunciante, de sua inserção social e mercadológica, seus pontos fortes e pontos fracos.

1.2. 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 expectativas em relação ao anunciante. Visão integrada da comunicação.

1.3. 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.

1.4. 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.

1.5. 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

2.1. Respeito ao público, à sua cultura e aos seus valores.

2.2. Pertinência, originalidade e simplicidade das ideias criativas.

2.3. Acerto das soluções propostas para os problemas apresentados; adequação ao briefing.

2.4. Engenhosidade na concepção das peças; capacidade de produzir surpresa e encanto, quando for o caso.

2.5. 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.

2.6. Objetividade. A criação está realmente a serviço do cliente, e não da promoção da capacidade criativa da agência.
2.7. Conhecimento do setor e das ações de comunicação concorrentes ou adversas, revelado ou implícito nas soluções apresentadas.
2.8. Manutenção de bons padrões de acabamento; amadurecimento das ideias e correção das informações nas peças apresentadas para exame e aprovação (leiautes, textos, roteiros, storyboards).
2.9. Domínio de novos materiais, novas técnicas de produção e linguagens; atualização constante.
2.10. Rapidez.
2.11. Integração com o atendimento e o planejamento.
2.12. 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

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

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:

4. Mídia: estudo e planejamento

4.1. 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.

4.2. 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.

4.3. 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)

5.1. 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.

5.2. Discrição.

5.3. Entrosamento com o atendimento. Tempestividade e forma de apresentação das estimativas de custos.

5.4. Agilidade para propor reformulações do plano ou da programação diante de alterações de conjuntura.

5.5. Compatibilidade da execução da compra com a verba designada pelo anunciante.

5.6. Capacidade de conseguir compensações por falha do veículo (tais como truncamento da inserção, defeito de impressão), inclusive colocações inaceitáveis.

5.7. Sistemática de checagem das veiculações em todos os meios; confiabilidade dos instrumentos de aferição empregados na checagem.

5.8. Cumprimento dos compromissos assumidos por ocasião da licitação.

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:

6. Metas

6.1. 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

7.1. Conhecimento do anunciante e das ações de comunicação concorrentes ou adversas.
7.2. Disponibilidade. Pontualidade. Rapidez e tempestividade. Eficácia da sistemática de registro de reuniões/visitas/telefonemas e no acompanhamento de pendências (followup).
7.3. Objetividade e racionalidade. Interesse e disponibilidade para debater e considerar opiniões diversas das da agência. Honestidade e franqueza na defesa de trabalhos e opiniões.
7.4. Maturidade e experiência. Capacidade de identificar e relatar antecipadamente problemas, evitando que fiquem fora de controle. Otimismo e flexibilidade nos momentos críticos.
7.5. Capacidade de manter o trabalho da agência dentro do planejamento estratégico.
7.6. Entrosamento com todas as áreas da agência. Capacidade de relacionar-se positivamente com o pessoal das áreas-fim do anunciante.
7.7. 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.
7.8. Confiabilidade. Capacidade e disposição de 'vestir a camisa' 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:

8. Administração e finanças

8.1. Organização.
8.2. Correção dos dados e documentos.
8.3. Tempestividade e forma de apresentação de faturas.
8.4. Administração de pagamentos; segurança e rapidez nos pagamentos a fornecedores e veículos.
8.5. 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:

9.1. Pesquisas sobre hábitos de consumo de comunicação;
9.2. Levantamentos de investimentos publicitários da concorrência;
9.3. Serviço de clipping (impresso/eletrônico);
9.4. Coletâneas de campanhas e peças sobre temas correlatos, incluindo material distribuído por festivais publicitários.
9.5. Textos atuais sobre tendências e inovações em comunicação e marketing; palestras sobre temas de interesse profissional;
9.6. 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:

10. Atendimento Global

10.1. Participação e envolvimento dos dirigentes máximos da agência.
10.2. Capacidade de atuar decisivamente e fornecer resultados de qualidade.
10.3. 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.
10.4. Tempestividade e pontualidade das soluções para os problemas apresentados.
10.5. Estrutura, na cidade-sede do anunciante, compatível com as necessidades deste.
10.6. Cumprimento dos compromissos assumidos por ocasião da licitação, inclusive os relacionados a custos.
10.7. 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