Considerando que o objeto não apresenta complexidade ou dimensão que exija a reunião de empresas para viabilizar sua execução, a vedação mostra-se adequada, proporcional e compatível com os princípios da eficiência, economicidade e segurança jurídica.

Vedação à participação de cooperativas:

Também fica vedada a participação de profissionais organizados sob a forma de cooperativa, considerando a incompatibilidade dessa forma de organização com a natureza específica do objeto a ser contratado.

Nos termos do art. 4° da Lei Federal nº 12.232/2010, os serviços de publicidade previstos na referida norma devem ser contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

Embora o art. 16 da Lei Federal nº 14.133/2021 admita a participação de profissionais organizados sob a forma de cooperativa em licitações, tal possibilidade está condicionada à compatibilidade entre o objeto licitado e a organização cooperativa. No presente caso, o objeto demanda atuação estruturada, integrada e centralizada de agência de propaganda, responsável pelo planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias, nos termos da legislação específica aplicável.

Assim, considerando que a contratação tem por objeto serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, não se mostra compatível a participação de cooperativas ou profissionais organizados sob a forma de cooperativa, por não atenderem à configuração jurídica e técnica exigida pela Lei Federal nº 12.232/2010.

5 ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

Considerando a natureza dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, não se mostra possível estimar previamente, de forma exata e individualizada, a quantidade de campanhas, peças publicitárias, conteúdos digitais, inserções em mídia, ações de comunicação ou demais serviços complementares que serão demandados durante a vigência contratual.

A execução dos serviços ocorrerá conforme as necessidades institucionais da Administração Municipal, observadas as demandas das unidades administrativas, a conveniência e oportunidade das ações de comunicação, a disponibilidade orçamentária e o planejamento das campanhas de interesse público.

Dessa forma, a estimativa da contratação será estabelecida por valor global máximo, destinado a suportar a execução dos serviços de publicidade ao longo da vigência contratual, com base no histórico de demandas similares, na disponibilidade orçamentária, no planejamento institucional e nos documentos que instruem o processo, sem obrigação de utilização integral do montante estimado, uma vez que as solicitações serão realizadas sob

00179

demanda, mediante prévia autorização da Administração e observância dos procedimentos previstos na Lei Federal nº 12.232/2010.

Ressalta-se que a adoção de valor global estimado não afasta a necessidade de controle, justificativa e acompanhamento de cada demanda executada, devendo a Administração avaliar previamente a pertinência, a finalidade pública, a adequação técnica e a compatibilidade dos custos de cada ação publicitária a ser realizada.

Assim, diante da impossibilidade técnica de quantificação prévia exata dos serviços a serem executados, a estimativa da necessidade será representada pelo valor máximo previsto para a contratação, cabendo à Administração gerir sua utilização conforme as demandas efetivamente aprovadas durante a execução contratual.

6 LEVANTAMENTO DE MERCADO

Nº	Solução
1	**Contratação de serviços de publicidade por intermédio de Agência de Propaganda:** Realização de processo licitatório aos moldes da Lei 12.232/2010, para obtenção dos serviços de publicidade para a Administração Municipal.

A presente solução consiste na realização de processo licitatório nos moldes da Lei Federal nº 12.232/2010, visando à contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade à Administração Municipal.

Para a definição da solução mais adequada, foram observados diversos processos similares, promovidos por órgãos de porte equivalente ao Executivo Municipal, bem como por entes públicos com maior infraestrutura administrativa e quadro de servidores mais amplo. Destacam-se, nessa cesta de observações:

- **Prefeitura do Município de Três Barras do Paraná** – Concorrência Presencial nº 03/2025;
- **Prefeitura do Município de Campo Mourão** – Concorrência nº 05/2023;
- **Prefeitura do Município de Apucarana** – Concorrência nº 04/2024;
- **Prefeitura do Município de Francisco Beltrão** – Tomada de Preços nº 15/2023;
- **Prefeitura do Município de Maringá** – Concorrência nº 27/2018;
- **Prefeitura do Município de Fortaleza** – Concorrência nº 003/2023;
- **Assembleia Legislativa do Estado do Paraná** – Concorrência nº 02/2024;

00180

- **Governo do Estado do Paraná – Secretaria de Estado da Comunicação Social** – Concorrência nº 01/2016;
- **Governo do Estado do Paraná – Secretaria de Turismo** – Concorrência nº 01/2023;
- **Governo do Estado de Goiás – Secretaria de Estado da Retomada** – Concorrência Presencial nº 01/2024;
- **Ministério das Comunicações** – Concorrência – Edital nº 90003/2024.

Dessa forma, utilizando-se como referência os processos citados e a legislação aplicável, verifica-se que a solução mais adequada para a obtenção dos serviços de publicidade pela Administração Pública Municipal consiste na realização de licitação para contratação de agência de propaganda, nos moldes da Lei Federal nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei Federal nº 14.133/2021, da Lei Federal nº 4.680/1965 e das demais normas pertinentes.

7 ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

A estimativa do valor da contratação foi elaborada com fundamento no art. 23 da Lei Federal nº 14.133/2021, observando-se a compatibilidade com os valores praticados no mercado, as peculiaridades do objeto, a natureza sob demanda dos serviços de publicidade e os parâmetros obtidos em contratações públicas similares.

Para fins de aferição da razoabilidade do valor global estimado, foram considerados processos licitatórios de publicidade realizados por municípios com objetos semelhantes, utilizando-se como referência comparativa o valor máximo previsto em cada contratação, a população do respectivo ente e o valor aproximado por munícipe.

Foram utilizados como parâmetros os seguintes processos:

Item	Município	Ano do processo	Valor máximo (R$)	População	Valor por munícipe (aproximadamente)
1	Três Barras do Paraná	2025	300.000,00	11.135 (2022)	R$ 26,94
2	Campo Mourão	2023	1.900.000,00	99.432 (2022)	R$ 19,11
3	Apucarana	2024	3.200.000,00	130.134 (2022)	R$ 24,59
4	Francisco Beltrão	2023	1.300.000,00	96.666 (2022)	R$ 13,45
5	Maringá	2018	9.000.000,00	409.657 (2022)	R$ 21,97

00181

O Município de Sarandi/PR, segundo o Censo Demográfico de 2022, possui população de 118.455 (cento e dezoito mil, quatrocentos e cinquenta e cinco) habitantes. Considerando o valor máximo estimado de R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), obtém-se o valor aproximado de R$ 25,33 (vinte e cinco reais e trinta e três centavos) por munícipe, conforme cálculo abaixo:

$$\frac{3.000.000,00}{118.455} \cong R\$\ 25,33$$

O parâmetro de valor por munícipe foi utilizado apenas como indicador auxiliar de razoabilidade, não constituindo critério único para definição do valor estimado. A estimativa também considera a natureza contínua e sob demanda dos serviços de publicidade, a necessidade de atendimento das diversas unidades administrativas do Município, a execução de campanhas institucionais, educativas e informativas, bem como a possibilidade de desenvolvimento de ações em diferentes meios de comunicação.

Ressalta-se que, em razão da natureza dos serviços de publicidade, não é possível definir previamente a quantidade exata de campanhas, peças, inserções, produções, pesquisas ou serviços complementares que serão demandados durante a vigência contratual. Assim, o valor global estimado representa limite máximo de despesa, a ser utilizado conforme as necessidades efetivamente autorizadas pela Administração, sem obrigação de execução integral do montante previsto.

Além disso, a execução dos serviços deverá observar os procedimentos previstos na Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente quanto à contratação de fornecedores especializados para atividades complementares, à apresentação de orçamentos quando cabível e ao controle dos custos de cada ação publicitária aprovada.

Dessa forma, considerando os parâmetros comparativos levantados, a faixa de valores por munícipe observada em contratações similares, às peculiaridades da comunicação institucional do Município de Sarandi/PR e a natureza sob demanda da execução contratual, entende-se que o valor máximo estimado de R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) mostra-se razoável e compatível com a solução pretendida.

8 DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Inicialmente, destaca-se que a Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece as normas gerais para licitações e contratações de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, definindo de forma detalhada o escopo dessas atividades.

Nos termos do art. 2º da referida lei, os serviços de publicidade compreendem um conjunto integrado de atividades voltadas ao estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos meios de divulgação, com a finalidade de informar o público em geral, difundir ideias ou promover bens e serviços.

00182

Além das atividades principais, a legislação também contempla serviços complementares indispensáveis à execução do objeto contratual, conforme disposto no §1º do art. 2º, abrangendo: o planejamento e a realização de pesquisas e instrumentos de avaliação e conhecimento sobre mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas; a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários; e o desenvolvimento de soluções inovadoras de comunicação, alinhadas às novas tecnologias, com vistas à ampliação da efetividade das mensagens institucionais.

No que se refere à execução de atividades que envolvam fornecedores especializados, a legislação estabelece regras específicas para garantir transparência e controle dos gastos públicos. Nesse sentido, o art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010 dispõe que apenas pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Administração poderão fornecer bens ou serviços especializados relacionados às atividades complementares. Determina ainda que o contratado deverá apresentar, no mínimo, três orçamentos obtidos junto a fornecedores do mercado, garantindo maior competitividade e economicidade.

Dessa forma, a solução como um todo consiste na contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade institucional ao Município de Sarandi, a serem executados sob demanda, mediante prévia autorização da Administração, conforme as necessidades institucionais identificadas durante a vigência contratual.

A execução deverá observar rigorosamente as disposições legais aplicáveis, garantindo a correta prestação dos serviços de publicidade, a adequada gestão dos recursos públicos, o controle dos custos de cada ação publicitária e a conformidade com os princípios que regem a Administração Pública.

9 DO PARCELAMENTO DA SOLUÇÃO

Justificativa para o não parcelamento da solução:

A presente contratação de serviços de publicidade, a serem executados por intermédio de agência de propaganda, não comporta o parcelamento do objeto, uma vez que se trata de serviço de natureza predominantemente integrada e interdependente, cuja execução depende de fluxo contínuo e articulado entre suas diversas etapas.

Nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, os serviços de publicidade compreendem um conjunto orgânico de atividades que envolvem planejamento, criação, produção, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias, além de atividades complementares correlatas. Tais etapas estão intrinsecamente conectadas, de modo que sua fragmentação poderia comprometer a coerência estratégica das campanhas, a uniformidade da comunicação institucional e a adequada mensuração dos resultados.

O eventual fracionamento do objeto também poderia gerar aumento da complexidade operacional, com maior dificuldade de coordenação entre diferentes contratados, elevação dos

00183

custos administrativos de gestão e fiscalização, além de riscos de sobreposição de esforços, retrabalho e perda de eficiência na execução das ações de comunicação pública.

Ademais, a centralização da execução em uma única agência contratada favorece a padronização da identidade institucional, a integração das estratégias de comunicação e a responsabilização clara pela entrega dos resultados, contribuindo para maior eficiência, economicidade e controle por parte da Administração Pública.

Ressalta-se, ainda, que não foram identificadas vantagens técnicas ou econômicas que justifiquem o parcelamento do objeto, tampouco prejuízo à competitividade do certame com a adoção da solução unificada. Pelo contrário, a contratação global mostra-se mais adequada à natureza do serviço, garantindo maior eficiência na gestão contratual e melhor atendimento ao interesse público.

Embora o art. 2º, §3º, da Lei Federal nº 12.232/2010 admita, mediante justificativa, a adjudicação do objeto a mais de uma agência de propaganda, essa opção exigiria a instituição de procedimento interno de seleção entre as contratadas, com metodologia previamente aprovada pela Administração e publicada em imprensa oficial, nos termos da legislação específica.

Considerando o porte da contratação, a demanda estimada do Município e a necessidade de simplificação da gestão, fiscalização e pagamento, entende-se que a contratação de uma única agência se mostra mais adequada, eficiente e proporcional ao atendimento do interesse público.

Dessa forma, conclui-se pela inviabilidade do parcelamento da solução, sendo técnica e administrativamente mais adequado o tratamento do objeto de forma integral e mediante contratação de uma única agência.

Critério de julgamento:

O critério de julgamento adotado para o presente certame será o de técnica e preço, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e com o art. 36, §1º, da Lei Federal nº 14.133/2021, considerando a natureza predominantemente técnica, intelectual, criativa e estratégica dos serviços de publicidade a serem contratados.

A pontuação das propostas observará a ponderação de 70% (setenta por cento) para a proposta técnica e 30% (trinta por cento) para a proposta de preço, conforme critérios objetivos a serem definidos no edital, em razão da relevância da qualidade técnica para o alcance dos resultados pretendidos pela Administração.

Tal proporção justifica-se porque a contratação de serviços de publicidade exige avaliação da estratégia de comunicação, da capacidade criativa, da adequação das soluções propostas, da experiência e da qualidade técnica apresentada pelas licitantes, sem afastar a necessária análise da vantajosidade econômica.

00184

Dessa forma, busca-se garantir a contratação da proposta que apresente o melhor equilíbrio entre qualidade técnica e preço, assegurando maior eficiência na comunicação pública, melhor alcance das campanhas institucionais e atendimento mais efetivo ao interesse público.

Enquadramento como serviço especial:

Nos termos do art. 6º, inciso XIV, da Lei Federal nº 14.133/2021, consideram-se bens e serviços especiais aqueles que, por sua alta heterogeneidade ou complexidade, não podem ser descritos na forma do inciso XIII do mesmo artigo, sendo exigida justificativa prévia do contratante.

O serviço almejado nesta contratação enquadra-se como serviço especial, por envolver atividades intelectuais, técnicas, criativas e estratégicas, relacionadas ao estudo, planejamento, concepção, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de ações publicitárias.

Em razão de sua natureza heterogênea e complexa, o objeto não se limita a padrões usuais de mercado que permitam sua adequada definição como serviço comum, exigindo análise qualitativa das propostas, especialmente quanto à estratégia de comunicação, capacidade criativa, adequação técnica das soluções apresentadas e compatibilidade com os objetivos institucionais da Administração.

Assim, o enquadramento como serviço especial mostra-se adequado e justificado, sem prejuízo da previsão, no edital, de critérios objetivos para avaliação das propostas, julgamento, habilitação e execução contratual.

Forma de realização do certame:

A modalidade adotada para a presente contratação será a Concorrência Pública, considerando a natureza especial dos serviços de publicidade e propaganda a serem contratados, bem como o regime jurídico específico previsto na Lei Federal nº 12.232/2010.

Considerando que os serviços de publicidade possuem natureza predominantemente intelectual, técnica, criativa e estratégica, enquadram-se como serviços especiais, cuja contratação se compatibiliza com a modalidade Concorrência, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.

Dessa forma, conclui-se pela adoção da modalidade Concorrência, com critério de julgamento técnica e preço, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e com a Lei Federal nº 14.133/2021, assegurando a adequada avaliação técnica das propostas, a competitividade do certame e a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.

A realização do certame ocorrerá na forma presencial, em razão das peculiaridades procedimentais previstas na Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente quanto à apresentação, guarda, abertura e julgamento dos invólucros contendo as propostas técnicas e de preços.

00185

A forma presencial justifica-se pela necessidade de preservar o sigilo da autoria das propostas técnicas, em especial da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, que deve ser analisada pela Subcomissão Técnica sem qualquer elemento que permita a identificação da licitante. A realização presencial permite maior controle sobre o recebimento dos invólucros, a conferência de sua inviolabilidade, a abertura pública na ordem legalmente prevista e o registro formal dos atos praticados em sessão.

Assim, a adoção da forma presencial mostra-se necessária e adequada para assegurar a observância do rito especial da Lei Federal nº 12.232/2010, a imparcialidade do julgamento técnico, a isonomia entre os participantes, a transparência dos atos do procedimento e a segurança jurídica do certame.

Natureza continuada dos serviços:

Os serviços de publicidade institucional possuem natureza continuada, nos termos do art. 6º, inciso XV, da Lei Federal nº 14.133/2021, por estarem relacionados à manutenção permanente da comunicação da Administração Municipal com a população.

A divulgação regular de atos, campanhas, programas, orientações, serviços e demais informações de interesse público constitui necessidade prolongada da Administração, diretamente relacionada aos princípios da publicidade, transparência e eficiência. Trata-se de serviço que não se exaure em uma única entrega, pois demanda planejamento integrado, execução contínua e atualização das ações publicitárias conforme as necessidades institucionais do Município.

Assim, a contratação caracteriza-se como serviço contínuo, por atender a necessidade permanente da Administração Pública, cuja interrupção pode comprometer a divulgação de informações de interesse coletivo e a adequada comunicação institucional com a população, admitindo-se a previsão de vigência e prorrogação contratual nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021, desde que demonstrada a vantajosidade para a Administração e observadas as condições legais e contratuais aplicáveis.

Subcontratação:

Fica vedada a subcontratação. A vedação justifica-se pela natureza integrada e estratégica dos serviços de publicidade, os quais exigem execução centralizada e coordenação contínua por parte da agência contratada, conforme a sistemática estabelecida pela Lei Federal nº 12.232/2010. Trata-se de atividades que envolvem planejamento, criação, produção, supervisão e distribuição de ações publicitárias de forma interdependente, de modo que a fragmentação da execução poderia comprometer a unidade técnica, a coerência das campanhas e a padronização da comunicação institucional.

Além disso, a subcontratação ampliada dificultaria a fiscalização contratual pela Administração, enfraqueceria a rastreabilidade dos serviços executados e poderia gerar riscos à eficiência e ao controle dos gastos públicos, razão pela qual se mostra mais adequada a

00186

execução direta e integral do objeto pela agência contratada, garantindo maior governança, responsabilidade e aderência ao interesse público.

10 RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a presente contratação de serviços de publicidade, a serem executados por intermédio de agência de propaganda, busca-se alcançar resultados que contribuam diretamente para o fortalecimento da comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Sarandi, assegurando maior eficiência na divulgação das ações governamentais e no atendimento ao interesse público.

Espera-se, como resultado principal, a ampliação da transparência das atividades administrativas, com a divulgação clara, acessível e tempestiva de informações relacionadas a programas, campanhas, serviços e políticas públicas municipais, permitindo maior conhecimento e acompanhamento das ações da Administração por parte da população.

Pretende-se, ainda, melhorar a efetividade da comunicação pública, garantindo que as mensagens institucionais alcancem adequadamente os diferentes públicos-alvo, contribuindo para a conscientização da sociedade sobre temas de relevância coletiva, como saúde, educação, assistência social, mobilidade urbana, meio ambiente e demais áreas de atuação do Município.

Outro resultado esperado é o fortalecimento da relação entre o Poder Público e os cidadãos, promovendo maior aproximação institucional, incentivo à participação social e aumento da confiança da população nas ações governamentais, por meio de comunicação contínua, padronizada e coerente.

Busca-se também otimizar a utilização dos recursos públicos destinados à comunicação, assegurando maior racionalidade, planejamento e eficiência na aplicação das verbas de publicidade, em consonância com os princípios da Administração Pública, especialmente os da eficiência, economicidade e publicidade.

Por fim, almeja-se a consolidação de uma comunicação mais estratégica, integrada e alinhada às necessidades da Administração Municipal, contribuindo para a efetividade das políticas públicas e para o adequado atendimento do interesse coletivo.

11 PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

Previamente à celebração do contrato, deverão ser adotadas todas as providências administrativas e legais necessárias à adequada formalização da contratação, assegurando a conformidade do procedimento licitatório com a legislação vigente e com os princípios que regem a Administração Pública.

00187

Inicialmente, deverá ser devidamente instruído o processo administrativo, com a consolidação do Estudo Técnico Preliminar, do Termo de Referência e dos demais documentos necessários à caracterização da demanda e à definição adequada do objeto a ser contratado, garantindo clareza, precisão e compatibilidade com as necessidades do Município de Sarandi.

Na sequência, deve-se assegurar a regular condução do procedimento licitatório, com observância integral à Lei Federal nº 12.232/2010 e às demais normas aplicáveis, incluindo a elaboração e publicação do edital, a definição dos critérios de julgamento, a constituição da Subcomissão Técnica responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas, a formação da relação de profissionais aptos a compô-la, a realização do sorteio de seus membros, bem como a execução das fases de julgamento, habilitação e adjudicação.

Também será necessário verificar previamente a regularidade jurídica, fiscal, trabalhista, econômico-financeira e técnica da futura contratada, bem como a compatibilidade de sua atuação com as exigências legais específicas aplicáveis às agências de propaganda, incluindo o atendimento às disposições da Lei Federal nº 4.680/1965, da Lei Federal nº 12.232/2010 e demais normativos correlatos.

Adicionalmente, antes da formalização contratual, deverão ser confirmadas a disponibilidade orçamentária e a existência de dotação suficiente para suportar as despesas decorrentes da contratação, bem como emitidos os atos administrativos pertinentes à autorização da despesa e à designação do gestor e do fiscal do contrato.

Por fim, deverão ser adotadas medidas de organização interna para acompanhamento e fiscalização da execução contratual, incluindo a definição dos fluxos para solicitação, aprovação, acompanhamento e controle das ações de comunicação institucional, bem como a orientação ou capacitação dos servidores responsáveis pela gestão e fiscalização contratual, quando necessário, de modo a garantir a adequada execução dos serviços e o atendimento do interesse público.

12 CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Como processo administrativo correlato e/ou interdependente, cabe citar o Chamamento Público nº 03/2025, destinado à formação da Subcomissão Técnica responsável pela avaliação das propostas técnicas da presente licitação, ou outro procedimento que venha a substituí-lo.

A referida providência mostra-se necessária em razão do rito específico previsto na Lei Federal nº 12.232/2010, que exige a constituição de Subcomissão Técnica para análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas no certame.

00188

13 POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

Considerando a natureza do objeto a ser contratado, não se identificam impactos ambientais relevantes decorrentes diretamente da prestação dos serviços de publicidade, uma vez que se trata predominantemente de atividade de caráter intelectual, criativo e técnico.

Ainda assim, de forma indireta, podem ser considerados eventuais impactos associados à execução operacional das atividades, tais como o consumo de recursos naturais em menor escala, especialmente papel, energia elétrica e insumos utilizados na eventual produção de materiais físicos. Todavia, tais impactos tendem a ser reduzidos, sobretudo em razão da crescente adoção de meios digitais de comunicação e divulgação institucional.

Nesse sentido, recomenda-se que a execução contratual, sempre que possível, priorize soluções digitais e sustentáveis, contribuindo para a redução do uso de recursos materiais e para a adoção de práticas mais eficientes e ambientalmente responsáveis. Quando necessária a produção de materiais físicos, deverão ser observadas medidas de uso racional de insumos, preferência por materiais recicláveis ou de menor impacto ambiental, quando tecnicamente viável, e adequada destinação dos resíduos eventualmente gerados.

Tais medidas visam mitigar os impactos indiretos da contratação, em consonância com os princípios da sustentabilidade, da eficiência e da adequada gestão dos recursos públicos.

14 JUSTIFICATIVA

Da publicação posterior da primeira sessão pública e da análise da subcomissão técnica:

A Primeira Sessão Pública e a análise pela Subcomissão Técnica não serão transmitidas ao vivo, considerando a necessidade de preservação do sigilo das informações constantes das Propostas Técnicas, em especial, do Invólucro nº 01 – Via Não Identificada.

Ressalta-se que a Primeira Sessão Pública permanecerá aberta à presença dos licitantes e de quaisquer interessados, com exceção dos integrantes da Subcomissão Técnica, em observância ao rito previsto na Lei Federal nº 12.232/2010. Na referida sessão, será realizada a verificação dos invólucros e dos respectivos conteúdos, a fim de constatar a inexistência de marcas, sinais, palavras, elementos, resquícios ou quaisquer identificadores que possam revelar a autoria das propostas constantes das vias não identificadas antes do momento legalmente previsto para a abertura dos invólucros das vias identificadas.

As mídias digitais integrantes das propostas técnicas das licitantes serão abertas em computador e projetadas aos presentes na sessão, para fins de conferência e fiscalização pelos membros da Comissão de Contratação, licitantes e demais interessados presentes, resguardado o sigilo da autoria das propostas técnicas não identificadas.

Todos os atos praticados na sessão serão registrados em ata circunstanciada, a qual será disponibilizada publicamente. A gravação da Primeira Sessão Pública será publicada em

00189

momento posterior à Segunda Sessão Pública, de modo a evitar qualquer risco de identificação indevida das licitantes antes da conclusão da etapa de análise técnica da via não identificada.

Quanto à gravação da análise realizada pela Subcomissão Técnica, esta também será disponibilizada posteriormente, a fim de prevenir eventuais interferências externas no processo avaliativo e preservar a independência, a imparcialidade e a liberdade de julgamento de seus membros.

Dessa forma, a publicação posterior das gravações não tem por finalidade restringir a publicidade dos atos, mas sim compatibilizar a transparência do procedimento com a preservação do sigilo da autoria das propostas técnicas, a isonomia entre os licitantes, a imparcialidade da avaliação técnica e a segurança jurídica do certame.

15 CONCLUSÃO DA ESCOLHA DA SOLUÇÃO PRETENDIDA

Com base na análise realizada no presente Estudo Técnico Preliminar, conclui-se pela viabilidade técnica, econômica e administrativa da contratação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, considerando as necessidades institucionais da Administração Pública Municipal de Sarandi.

A solução pretendida mostra-se compatível com os requisitos identificados, com as estimativas de demanda, com a descrição do objeto e com a necessidade de estruturação e fortalecimento da comunicação institucional, voltada à ampliação da transparência e à melhoria do acesso da população às informações de interesse público.

Consideram-se, ainda, as justificativas apresentadas quanto ao não parcelamento da solução, à adoção da modalidade Concorrência, ao critério de julgamento técnica e preço, à natureza especial e continuada dos serviços, bem como aos resultados pretendidos, que evidenciam a importância de uma atuação integrada e eficiente na comunicação governamental.

Dessa forma, diante do conjunto de elementos analisados ao longo deste Estudo Técnico Preliminar, entende-se como adequada e vantajosa a adoção da solução proposta, razão pela qual se vislumbra a continuidade do processo administrativo para a devida instrução do procedimento licitatório correspondente, observadas as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 14.133/2021 e demais normas aplicáveis.

RESPONSÁVEL PELO ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Sarandi, 02 de maio de 2026.

00190

Daniele Cristine Alegre Pereira
Coordenadora de Administração, Licitação, Compras e Patrimônio

Fabio de Oliveira Bernado
Chefe de Gabinete

00191

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SARANDI

CNPJ: 78.200.482/0001-10 Fone: (44) 3264-8600

Rua: José Emiliano de Gusmão, 565 Centro CEP 87111-230

Secretaria Municipal de Administração

Ofício nº 517/2026 – ADM

Sarandi, 11 de junho de 2026.

Prezado Senhor Edvaldo Carlos Lima Valério,
Procurador Jurídico Municipal

Prezado Procurador,

Encaminhamos, por meio deste, a Minuta nº 11/2026 do Edital na modalidade Concorrência Publica e respectivos anexos, que tem como objeto a "*Contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda para atender a demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.*", para análise e emissão de parecer jurídico.

Foram utilizados, na elaboração da minuta, os dados constantes dos documentos apresentados pela área requisitante, tais como Termo de Referência, Estudo Técnico Preliminar e solicitações de despesa, conforme documentos.

O objetivo desta solicitação é assegurar que o edital e seus anexos estejam em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 e demais normas pertinentes, prevenindo eventuais inconsistências jurídicas que possam comprometer a regularidade do processo licitatório.

Como são minutas, os documentos submetidos à análise apresentam informações genéricas, como datas, "XXX", portarias, entre outros. Esses campos serão preenchidos posteriormente pelo responsável pela divulgação do certame após o parecer final.

Após a análise, caso sejam necessárias adequações, solicitamos que as recomendações sejam devidamente apontadas para as devidas providências.

Permanecemos à disposição para quaisquer esclarecimentos e agradecemos antecipadamente pela atenção dispensada.

Atenciosamente,

00192

Patricia Daiane Moraes de Souza

Secretária Interina de Administração

Documento assinado eletronicamente por **Patricia Daiane Moraes de Souza**, **Secretária Municipal De Administração**, em 11/06/2026, às 11:38, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.

A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.sarandi.pr.gov.br/sei/processos/verifica.php informando o código verificador **0073815** e o código CRC **C5FDB559**.

Processo 01.05.002898/2026-20

00193

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SARANDI

CNPJ: 78.200.482/0001-10 Fone: (44) 3126-9500

Rua Guiapó, 484 CEP 87111-120

Procuradoria Jurídica

Sarandi, 11 de jun. de 2026.
PARECER N. 472/26
PROCESSO SEI: 01.05.002898/2026-20
REFERÊNCIA: Ofício n. 517/2026 – ADM
Interessado: Secretaria Municipal de Administração
Assunto: Análise jurídica de edital e minuta contratual para contratação de agência de publicidade.

PARECER

DIREITO ADMINISTRATIVO. LICITAÇÕES E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS. CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL. CRITÉRIO DE JULGAMENTO TÉCNICA E PREÇO (70/30). CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA. SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. REGIME ESPECIAL DA LEI FEDERAL Nº 12.232/2010. APLICAÇÃO COMPLEMENTAR E SUBSIDIÁRIA DA LEI FEDERAL Nº 14.133/2021 e LEI FEDERAL Nº 4.680/1965. EXAME PRÉVIO DE LEGALIDADE DE MINUTAS DE EDITAL, TERMO DE REFERÊNCIA E CONTRATO (ART. 53 DA LEI Nº 14.133/2021). FORMA PRESENCIAL JUSTIFICADA PELA IMPOSSIBILIDADE DE IDENTIFICAÇÃO DA VIA CEGA DA PROPOSTA TÉCNICA. REGULARIDADE DA INSTRUÇÃO OPERACIONAL. ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR, BRIEFING E MATRIZ DE RISCO ELABORADOS. VEDAÇÃO DE CONSÓRCIO, PARCELAMENTO E COOPERATIVAS MOTIVADA PELA ÁREA TÉCNICA. NECESSIDADE DE AJUSTES PONTUAIS NAS MINUTAS.

1. RELATÓRIO

Submete-se à análise desta Procuradoria Jurídica Municipal, por força do Ofício nº 517/2026 – ADM, subscrito pela Secretária Municipal de Administração, a Minuta nº 11/2026 do Edital de Concorrência Pública e seus respectivos anexos. O certame tem por objeto a contratação de serviços de publicidade e propaganda, prestados por intermédio de agência de propaganda, para atender à demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR.

O valor máximo estimado para a execução contratual é de **R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)** pelo período de 12 (doze) meses. A despesa está devidamente respaldada pela dotação orçamentária sob a rubrica funcional-programática nº 04.001.04.122.0006.2.061.3.3.90.39.00.00. 3000 (*Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica*) e pela Solicitação de Despesa nº 6829/2026. A área requisitante é o Gabinete do Prefeito, tendo como responsável o Chefe de Gabinete, Fabio de Oliveira Bernado.

O processo administrativo encontra-se instruído com os documentos fundamentais previstos na legislação de regência, destacando-se o Estudo Técnico Preliminar (ETP), o Termo de Referência (TR), o Briefing da Campanha focado em resíduos sólidos, a Matriz de Análise de Riscos, além das minutas do Edital e do Contrato.

É o breve relatório. Passo à fundamentação jurídica.

2. DA COMPETÊNCIA DA PROCURADORIA JURÍDICA

A manifestação desta Procuradoria encontra fundamento legal no art. 53, *caput*, da Lei Federal nº 14.133/2021 (Lei de Licitações e Contratos Administrativos), o qual estabelece a obrigatoriedade de controle prévio de legalidade das contratações públicas mediante exame das minutas de editais, termos de referência e contratos.

A análise restringe-se estritamente aos aspectos da legalidade e da constitucionalidade dos atos propostos, não adentrando no juízo de conveniência, oportunidade ou conteúdo puramente técnico-estratégico, cuja responsabilidade é exclusiva da autoridade administrativa competente.

3. DO REGIME JURÍDICO APLICÁVEL, MODALIDADE E FORMA

A contratação de serviços de publicidade institucional possui regramento próprio e especial estabelecido pela **Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010**, aplicando-se, de forma complementar e subsidiária, as disposições da **Lei Federal nº 14.133/2021** e da **Lei Federal nº 4.680/1965**.

Quanto à modalidade e ao critério de julgamento, o edital adota acertadamente a **Concorrência Pública** com critério de **Melhor Técnica e Preço**, com ponderação de 70% para a proposta técnica e 30% para a proposta de preço. Tal escolha atende perfeitamente ao art. 5º da Lei nº 12.232/2010 e ao art. 36, § 1º, da Lei nº 14.133/2021, dada a natureza predominantemente intelectual, criativa e estratégica dos serviços publicitários.

No tocante à **forma presencial** adotada para o certame, a justificativa técnica constante nos autos mostra-se robusta e em estrita aderência ao rito especial da Lei nº 12.232/2010. A realização presencial é indispensável para salvaguardar o absoluto sigilo e anonimato da autoria das propostas técnicas (*Invólucro nº 1 - Via Não Identificada*) durante a fase de avaliação cega pela Subcomissão Técnica, conforme preceitua a jurisprudência pátria e as regras procedimentais específicas aplicáveis à espécie.

Também se encontram formalmente fundamentadas e juridicamente válidas no Estudo Técnico Preliminar as justificativas para:

- A inviabilidade de parcelamento da solução (devido à necessidade de unidade estratégica e identidade institucional contínua);
- A vedação à participação de empresas em consórcio;
- A vedação à participação de sociedades cooperativas, decorrente da exigência legal de certificação técnica de funcionamento emitida pelo CENP ou entidade equivalente, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

4. DOS APONTAMENTOS E AJUSTES OBRIGATÓRIOS

Apesar da excelente qualidade técnica e instrução dos autos, faz-se estritamente necessária a correção de falhas materiais e contradições legais identificadas nas minutas analisadas, antes da publicação do certame:

1. **Contradição no Termo de Referência (Enquadramento do Objeto):** No item 1.1 do Termo de Referência (Anexo III), consta textualmente: *"Contratação de serviços comuns de Contratação de serviços de publicidade e propaganda..."*. Ocorre que há um vício material de duplicidade textual e uma flagrante ilegalidade na classificação como "serviço comum". Conforme corretamente motivado no ETP e nas Disposições Iniciais do Edital, os serviços de publicidade são **serviços especiais**, regidos por lei própria, devido à sua alta heterogeneidade, complexidade e natureza intelectual/criativa, sendo vedada a modalidade Pregão ou a classificação como comum.

   Ajuste necessário: Retificar o item 1.1 do TR para excluir a expressão "serviços comuns" e a duplicidade, adequando-o integralmente para "serviços especiais".

2. **Cláusula de Sanções Incompatível na Minuta do Contrato (Cláusula 13):** No subitem 13.1, inciso IV, da minuta do contrato, prevê-se a sanção de *"Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 02 (dois) anos"*. Essa penalidade pertencia à antiga e revogada Lei Federal nº 8.666/1993 e **não existe** no regime jurídico da Lei Federal nº 14.133/2021 (art. 156 da Lei n. 14.133/2021). O Edital, em seu item 17.2, listou

00195

Parecer n. 472/2026/00736491 SEI 01.05.002848/2026-20 / pg. 2

corretamente apenas as quatro sanções vigentes (advertência, multa, impedimento de licitar e declaração de inidoneidade).

Ajuste necessário: Excluir imediatamente o inciso IV do item 13.1 da minuta do contrato para evitar flagrante ilegalidade e assimetria com o Edital.

No subitem 13.2, inciso III, da minuta contratual, consta que *"a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Ministro do Ministério ao qual o anunciante está subordinado ou vinculado"*. Trata-se de erro material derivado do uso inadequado de modelos de âmbito federal. Tratando-se do Município de Sarandi, a competência é do **Secretário Municipal** da pasta contratante (no caso, a Secretaria Municipal de Administração), em estrita observância ao **art. 156, § 6º, inciso I, da Lei Federal nº 14.133/2021**.

Ajuste necessário: Alterar o texto da minuta contratual para consignar a competência da **Secretária Municipal de Administração**.

3.

Erros Materiais e Falhas de Revisão ("Error: Reference Source Not Found"):

No subitem 13.3.1.2 da minuta do contrato, há uma falha de sistema de texto automática corrompida: *"...estabelecida no subitem Error: Reference source not found, a Contratante poderá aplicar as sanções..."*.

Ajuste necessário: Substituir a expressão corrompida pelo número correto do subitem correspondente.

00196

No item 13.1, há erro de digitação na palavra *"Contrarada"*. Deve ser corrigida para "Contratada".

Na página 1 da Minuta do Contrato, o placeholder do ano encontra-se com o fechamento corrompido: *"N° «NÚMERO_CONTRATO»/«ANO_CONTRATO OBJETO"*.

Ajuste necessário: Corrigir a formatação dos campos variáveis.

5. CONCLUSÃO

Diante do exposto, esta Procuradoria Jurídica Municipal emite **PARECER JURÍDICO FAVORÁVEL** à continuidade do procedimento licitatório referente à Concorrência Pública (Minuta nº 11/2026), **condicionado** ao cumprimento integral e obrigatório das correções apontadas no item 4 deste parecer (retificação do enquadramento do objeto no TR para "serviços especiais", exclusão da penalidade de suspensão temporária da antiga lei, correção da competência sancionatória para a Secretária Municipal de Administração e saneamento dos erros materiais de digitação e referências cruzadas).

Ressalta-se que, após realizados os ajustes determinados, os autos estarão aptos para a publicação e regular prosseguimento, dispensando-se o retorno a este órgão consultivo, salvo alteração substancial que modifique as condições econômicas ou estruturais do certame.

É o parecer, que submeto à superior apreciação.

Sarandi, 11 de jun. de 2026.

Daniel Gomes de Oliveira Guerreiro

Advogado do Município (OAB/PR n. 104.069)

Documento assinado eletronicamente por **Daniel Gomes de Oliveira Guerreiro**, **Advogado**, em 11/06/2026, às 14:37, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.

A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.sarandi.pr.gov.br/sei/processos/verifica.php informando o código verificador **0073849** e o código CRC **9976C53D**.

AUTORIZAÇÃO PARA ABERTURA DE PROCESSO LICITATÓRIO

Considerando o Termo de Referência nº 13/2026 e Estudo Técnico Preliminar, da Secretaria Municipal de Administração, o qual justifica a realização de processo de Chamamento Público, que tem por objeto o **"Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade e marketing a serem realizados na forma de execução indireta"**.

Considerando o Parecer Jurídico nº 472/2026, o qual opina pela regularidade do processo licitatório condicionada ao acolhimento das recomendações elencadas no parecer. Todavia, as recomendações foram sanadas, sendo assim, se faz necessário o prosseguimento dos trâmites para a efetivação do processo em apreço.

Considerando que, para a abertura do referido Processo Licitatório, foi previsto a despesa de R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) conforme Solicitação de Despesa nº 6829/2026, anexos ao processo.

Desse modo, pelo presente instrumento, fica autorizada a abertura de processo de "**Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade e marketing a serem realizados na forma de execução indireta**", por meio do Termo de Referência n.º 13/2026, observados os requisitos legais dispostos na Lei nº. 14.133, de 1º de abril de 2021, e na regulamentação municipal aplicável, inclusive no tocante à pesquisa de preços e ao sito procedimental.

Sarandi, 12 de junho de 2026.

Autorizo ☒

Não autorizo ☐

Carlos Alberto De Paula Junior

Prefeito Municipal

Documento redigido por Pollyanne Tomaz

Rua José Emiliano de Gusmão, 565 - Centro - Sarandi/PR

sec.adm@sarandi.pr.gov.br

www.sarandi.pr.gov.br

(44) 3264-8600

00198

PORTARIA Nº 2201/2026

SÚMULA: Designa servidor para fiscal de contrato, na forma que especifica.

CARLOS ALBERTO DE PAULA JÚNIOR, Prefeito Municipal de Sarandi, Estado do Paraná, no uso de suas atribuições legais, em conformidade com a Lei 14.133 de 1º de abril de 2021.

Publicado no Diário Oficial dos Municípios do Paraná nº 3552
Página 371, em 16/06/2026
Pollyanne Tomaz
Funcionário

RESOLVE:

Art. 1º. Designar os servidores municipal, abaixo relacionado, com a finalidade de responder pelo acompanhamento e fiscalização durante a execução do contrato referente a "**Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade e marketing a serem realizados na forma de execução indireta**", em sua respectiva Secretaria, até o término do contrato que der causa à presente designação:

NOME	FUNÇÃO	LOTAÇÃO/ SECRETARIA
ARTHUR HOSNER / FRANK ANDERSON LUVIZETO	FISCAL	GABINETE

Art. 2º. Revogadas as disposições em contrário, esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

PAÇO MUNICIPAL, 12 de junho de 2026.

CARLOS ALBERTO DE PAULA JÚNIOR
Prefeito Municipal

00199

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SARANDI

CNPJ: 78.200.482/0001-10 Fone: (44) 3264-8600

Rua: José Emiliano de Gusmão, 565 Centro CEP 87111-230

Secretaria Municipal de Administração

Ofício nº 525/2026 – Administração

15 de junho de 2026

Prezado Senhor Edvaldo Carlos Lima Valério,
Procurador Jurídico Municipal

Em atenção ao Parecer nº 472/2026, solicitado anteriormente por meio do Ofício nº 517/2026 – ADM, referente a Minuta nº 11/2026 de Edital de Concorrência Pública, cujo objeto consiste na "*contratação de serviços de publicidade e propaganda, prestados por intermédio de agência de propaganda, para atender à demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR*", vimos, por meio deste, expor as adequações promovidas em atendimento às considerações constantes do parecer, bem como apresentar novas alterações reputadas necessárias, requerendo, ao final, a realização de nova análise.

No tocante aos apontamentos e às adequações obrigatórias consignados no parecer supracitado, registramos o que segue:

1. Quanto a necessidade de retificação do item 1.1 do Termo de Referência, para exclusão da expressão "*serviços comuns*" e correção do erro material de redação identificado, informa-se que a devida adequação já foi realizada;

2. Quanto à inconsistência verificada na Cláusula 13 da minuta contratual, informa-se que foi promovida a devida adequação dos tópicos que citavam a sanção de "*suspensão temporária...*", incluindo os subitens 13.4 e 13.8;

a. Quanto à autoridade responsável pela aplicação das referidas sanções, cumpre pontuar que será referenciado a pasta competente pela fiscalização e gestão do contrato e não especificamente a Secretaria Municipal de Administração.

3. Quanto ao erro material de remissão constante do subitem 13.3.1.2 da minuta contratual, informa-se que foi promovida a devida correção, com a indicação do subitem correspondente;

4. Quanto ao erro material de digitação identificado no item 13.1 da minuta contratual, informa-se que a grafia incorreta da palavra "Contrarada" foi devidamente corrigida para "Contratada".;

5. Quanto ao erro material identificado na página 1 da minuta contratual, relativo à formatação corrompida do campo variável referente ao número e ao ano do contrato, informa-se que o placeholder foi devidamente corrigido.

Em prosseguimento, cumpre pontuar que, no curso da reanálise da minuta do edital, verificou-se a necessidade das adequações a seguir elencadas.

A) Respectivos ao Edital:

1. No subitem 10.4, inciso II, verificou-se a necessidade de inclusão de redação, nos seguintes termos;

Onde se lê: II. capa e contracapa em papel A4, branco, sem brilho, com 75 g/m2.

Deve se ler: II. capa e contracapa em papel A4, branco, sem brilho, com 75 g/m2, ambas em branco.

2. No subitem 10.4, inciso III, verificou-se a necessidade de inclusão de redação, nos seguintes termos:

Onde se lê: III. conteúdo impresso em papel A4, branco, sem brilho, com 75 g/m2.

Deve se ler: III. conteúdo impresso em papel A4, branco, sem brilho, com 75 g/m2, orientação retrato.

00200

3. No subitem 10.4, inciso III, alínea "a", verificou-se a necessidade de adequação da redação, nos seguintes termos:

Onde se lê: a. Deverão ser observadas as exceções, no caso de apresentação de gráficos, quadros, tabelas ou planilhas nos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária conforme o subitem 10.4.2, inciso III, alínea 'a'.

Deve se ler: a. Deverão ser observadas as exceções, no caso de apresentação de gráficos, quadros, tabelas ou planilhas nos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

4. No subitem 10.4, inciso VIII, verificou-se a necessidade de inclusão de redação, nos seguintes termos:

Onde se lê: a. Deverão ser observadas as exceções, no caso de apresentação de gráficos, quadros, tabelas ou planilhas nos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária conforme o subitem 10.4.2, inciso III, alínea 'a'.

Deve se ler: a. Deverão ser observadas as exceções, no caso de apresentação de gráficos, quadros, tabelas ou planilhas nos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

5. No subitem 10.4.1, verificou-se a necessidade de adequação da redação, nos seguintes termos:

Onde se lê: 10.4.1. As especificações de apresentação do caderno único do Plano de Comunicação Publicitário não se aplicam aos exemplos de peças e ou materiais destinados a corporificação do subquesito Ideia Criativa, tratados no subitem 10.4.10.3.3.

Deve se ler: 10.4.1. As especificações dos incisos do subitem 10.4 não se aplicam aos exemplos de peças e ou materiais destinados a corporificação do subquesito Ideia Criativa, tratados no subitem 10.4.10.3.3.

B) Respetivos à Proposta de Preços – Anexo II do Edital:

1. Verificou-se a necessidade de adequação das seguintes redações:

Onde se lê: a) Remuneração de até 40% (quarenta por cento) aos atores e modelos, calculada sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado;

b) Remuneração de até 40% (quarenta por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.

Deve se ler: a) Remuneração de até .....% (..... por cento) aos atores e modelos, calculada sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado;

b) Remuneração de até .....% (..... por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.

C) Respectivos ao Contrato – Anexo V do Edital:

1. Na Cláusula 9 – Desconto de Agência, verificou-se a necessidade de inclusão do seguinte subitem:

Onde se lê:

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a Contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65:

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à Contratada pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da Contratante, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

Deve se ler:

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a Contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65:

9.2 Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto na Cláusula 11 - Liquidação e Pagamento de Despesas, a Contratada repassará à Contratante, sob a forma de desconto, parte do desconto padrão de agência a que faz jus, cabendo, do valor correspondente à veiculação, 18% (dezoito por cento) à Contratada e 2% (dois por cento) à Contratante, desde que atendidas as disposições do Anexo B das Normas-Padrão quanto à possibilidade de repasse parcial do desconto de agência, de acordo com a verba anual de mídia da Contratante.

9.2.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à Contratada pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da Contratante, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

2. Na Cláusula 10, subitem 10.2.1.1, verificou-se a necessidade de adequação da redação, nos seguintes termos:

EDITAL

CONCORRÊNCIA Nº XXXX/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 068/2026

Minuta 11/2026

OBJETO

Contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda para atender a demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

RESUMO

Critério de julgamento

Melhor Técnica e Preço.

Total estimado

R$ 3.000.000,00.

Pedidos de Esclarecimento e/ou impugnações

Até o dia xx/xx/xx, exclusivamente para o endereço eletrônico: cpl@sarandi.pr.gov.br.

SESSÃO PÚBLICA

A sessão pública será aberta às 9h do dia xx/xx/xx.

Local: Sala de reuniões de licitações, rua José Emiliano de Gusmão, 575 — sobreloja — Centro — SARANDI/PR.

Comissão de Contratação: Portaria nº xxxx/2026.

SUMÁRIO

1 DISPOSIÇÕES INICIAIS 3

2 DO OBJETO 3

3 DO VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS 5

4 DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO 5

5 RETIRADA DO EDITAL 9

6 PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS 9

7 IMPUGNAÇÃO DO EDITAL 10

8 COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA 10

9 ABERTURA DA LICITAÇÃO 11

10 DO CONTEÚDO DOS INVÓLUCROS 15

A. PROPOSTA TÉCNICA - Invólucro nº 1, nº 2 e 3 15

B. PROPOSTA DE PREÇOS - Invólucro nº 4 26

C. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO - Invólucro nº 5 27

11 PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS 34

12 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS: 39

A. Julgamento da proposta técnica 39

B. Julgamento da Proposta de Preços 43

C. Julgamento Final das Propostas 46

13 DA HABILITAÇÃO 47

14 RECURSOS ADMINISTRATIVOS 48

15 HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO 48

16 CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS 49

17 DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES 50

18 DISPOSIÇÕES GERAIS 53

00204

1 DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 O MUNICÍPIO DE SARANDI, por intermédio da Secretaria Municipal de Administração, sediada na Rua José Emiliano de Gusmão, 565 – Centro – Sarandi – Paraná, realizará licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA, pela forma PRESENCIAL, tendo como critério de julgamento TÉCNICA E PREÇO, nos termos da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais legislações aplicáveis e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei nº 14.133/2021 e Lei nº 4.680/1965.

1.3 Para fins desta licitação, a Prefeitura do Município de Sarandi/PR será doravante denominada "PMS" ou "CONTRATANTE".

Justificativa Técnica e Preço:

O critério de julgamento adotado para o presente certame será o de técnica e preço, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e com o art. 36, §1º, da Lei Federal nº 14.133/2021, considerando a natureza predominantemente técnica, intelectual, criativa e estratégica dos serviços de publicidade a serem contratados.

Considerando que os serviços de publicidade possuem natureza predominantemente intelectual, técnica, criativa e estratégica, enquadram-se como serviços especiais, cuja contratação se compatibiliza com a modalidade Concorrência, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.

Dessa forma, conclui-se pela adoção da modalidade Concorrência, com critério de julgamento técnica e preço, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e com a Lei Federal nº 14.133/2021, assegurando a adequada avaliação técnica das propostas, a competitividade do certame e a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.

Justificativa forma Presencial:

A realização do certame ocorrerá na forma presencial, em razão das peculiaridades procedimentais previstas na Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente quanto à apresentação, guarda, abertura e julgamento dos invólucros contendo as propostas técnicas e de preços.

A forma presencial justifica-se pela necessidade de preservar o sigilo da autoria das propostas técnicas, em especial da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitário, que deve ser analisada pela Subcomissão Técnica sem qualquer elemento que permita a identificação da licitante. A realização presencial permite maior controle sobre o recebimento dos invólucros, a conferência de sua inviolabilidade, a abertura pública na ordem legalmente prevista e o registro formal dos atos praticados em sessão.

Assim, a adoção da forma presencial mostra-se necessária e adequada para assegurar a observância do rito especial da Lei Federal nº 12.232/2010, a imparcialidade do julgamento técnico, a isonomia entre os participantes, a transparência dos atos do procedimento e a segurança jurídica do certame.

00205

2 DO OBJETO

2.1 O objeto da presente licitação é a contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda para atender à demanda

da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

2.1.1 Consideram-se serviços de publicidade e propaganda o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objeto 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 atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, promover e difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e informar o público em geral.

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

I. à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

II. ao planejamento e à execução de pesquisas e 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, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública da PMS; e

III. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.2.1 O planejamento, previsto como serviço complementar, tem como objetivo subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) quanto nos digitais (on-line), visando ao alcance dos objetivos de comunicação e à superação dos desafios apresentados, devendo prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização dos resultados.

2.2.2 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 2.2 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Administração Municipal de Sarandi/PR, 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; e

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

00206

2.3 Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

2.3.1 Não se incluem no conceito de patrocínio o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículos de divulgação.

2.4 A Agência de Propaganda contratada atuará por ordem e conta da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, em conformidade com o Art. 3º da Lei Federal n.º 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução dos Serviços Complementares e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.5 Para a prestação dos serviços de publicidade e propaganda será contratada 1 (uma) Agência de Propaganda.

3 DO VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), por 12 (doze) meses.

3.2 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício financeiro de 2026 consta da Lei Orçamentária Anual – 2026, nas seguintes funcionais programáticas:

04.001.04.122.0006.2.061.3.3.90.39.00.00. - 3000 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA .

3.3 O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4 DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

4.1 Poderão participar deste certame interessados que atenderem às condições deste Edital e apresentarem os documentos nele exigidos.

4.2 Não poderão disputar esta licitação:

00207

I. Pessoa física;

II. Consórcios de empresas;

III. Sociedades cooperativas;

IV. Pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

V. Aquele que 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;

VI. Aquele que não atenda às condições deste Edital e seus Anexos;

VII. Empresas que desempenhem atividade incompatível com o objeto da licitação;

VIII. Empresas estrangeiras que não tenham representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa ou judicialmente;

IX. Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

X. Pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do Edital, tenha sido condenada 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;

XI. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP, atuando nessa condição; e

XII. Direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato, agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme §1º do art. 9º da Lei nº 14.133, de 2021.

4.2.1 O impedimento de que trata o inciso IV do item 4.2 será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

00208

4.2.2 A vedação de que trata o inciso XII do item 4.2 estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

4.3 No caso de participação de Microempresas (ME) ou Empresas de Pequeno Porte (EPP), com fundamento nos art. 42 a 49 da Lei Complementar 123/2006, as licitantes deverão comprovar sua condição mediante documento de registro comercial equivalente (como a Certidão Simplificada da Junta Comercial), quando da apresentação dos documentos de habilitação.

4.3.1 Para usufruir do tratamento favorecido, a Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) deverá, ainda, declarar o cumprimento dos requisitos de enquadramento do art. 3º da LC nº 123/2006, podendo utilizar para este fim o item correspondente do *Anexo I.2 - Declaração Unificada* ou apresentar outra declaração própria equivalente no momento da habilitação.

4.3.2 As disposições a que se refere este item, nos termos do artigo 4º da Lei 14.133/2021, limita-se às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano calendário da realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

a) deverá a licitante apresentar, quando da fase de habilitação, declaração de observância desse limite referido no subitem acima.

4.4 Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao:

I. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União;

II. Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria Geral da União;

III. Lista de licitantes inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União; e

IV. Consulta no Tribunal de Contas do Estado do Paraná – TCE-PR para verificar restrições ao direito de contratar com a Administração Pública.

4.4.1 A consulta aos cadastros deste subitem será realizada no nome e no CNPJ da empresa.

4.4.2 A consulta no CEIS quanto às sanções previstas na Lei nº 8.429/1992, também ocorrerá no nome e no CPF do sócio majoritário da empresa licitante, se houver, por força do art. 12 da citada lei.

00209

4.4.3 Poderá haver a substituição das consultas ao CEIS, CNEP e a lista de licitantes inidôneos pela Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do TCU.

4.4.4 O licitante será convocado para manifestação previamente a um eventual impedimento.

4.4.5 Constatada a existência de sanção, o licitante será reputado impedido, por falta de condição de participação.

4.5 Nenhum licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma proposta.

4.5.1 Para fins do disposto, considera-se "proposta" o conjunto formado pelas Propostas Técnicas, Proposta de Preços e Documentos de Habilitação.

4.6 A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

I. a confirmação de que recebeu, da PMS, o invólucro padronizado, o pen-drive, a embalagem para pen-drive e os 2 (dois) espirais, previstos no subitem 9.3.2 e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência;

II. a confirmação de que não possui vínculo, funcional ou contratual, direto ou indireto, com qualquer dos integrantes da Subcomissão Técnica e da relação de suplentes;

III. aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital;

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

4.7 A disponibilização de espirais em pares (duas unidades), nos termos do subitem 4.6, inciso I, justifica-se como medida preventiva destinada a resguardar o licitante de eventuais falhas.

4.7.1 Embora sejam fornecidas 2 (duas) unidades, apenas 1 (uma) deverá ser utilizada na encadernação do caderno único do subitem 10.4, inciso I, destinando-se a outra exclusivamente à reposição, em caso de dano, erro de manuseio ou falha no processo de encadernação na elaboração de sua proposta.

4.8 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnicas e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, não sendo a PMS, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

00210

5 RETIRADA DO EDITAL

5.1 O Edital será fornecido pela PMS de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

I. www.gov.br/pncp; ou

II. www.sarandi.pr.gov.br → Portal da TRANSPARÊNCIA

5.2 O interessado em participar desta licitação deverá acompanhar, no Diário Oficial do Município (https://www.diariomunicipal.com.br/amp/) e no Portal de Transparência do Município (https://sarandi.eloweb.net/portaltransparencia/1/), eventuais alterações ou informações sobre esta Concorrência.

6 PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS

6.1 Esclarecimentos, sobre esta Concorrência, serão prestados pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente para o e-mail cpl@sarandi.pr.gov.br.

6.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão de Contratação em até 03 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data de abertura do certame.

6.2 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, pelo portal da transparência oficial da PMS, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.2.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada).

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

6.4 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se altere a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no preâmbulo do Edital.

00211

7 IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 O pedido de impugnação, com a indicação de possíveis falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser solicitado para o e-mail cpl@sarandi.pr.gov.br, em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

7.1.1 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

7.2 A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o seu julgamento definitivo.

7.3 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data de abertura do certame, sem prejuízo da faculdade prevista no §4º do art. 170, da Lei nº 14.133/2021.

8 COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

8.1 A Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, na forma da Lei 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

8.2 As Propostas Técnicas serão avaliadas e julgadas pela Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, nos termos do art. 10 da Lei 12.232/10, selecionados por meio de sorteio, nos termos do Chamamento Público nº 03/2025 da PMS ou outro que eventualmente vier a substituir.

8.2.1 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 solicitada pela Comissão de Contratação.

8.3 A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei 14.133/2021.

8.3.1 Não se consideram aspectos puramente formais, para os fins deste item, as exigências relativas à padronização, formatação e apresentação do Plano de Comunicação Publicitário - Via Não Identificada e o seu respectivo invólucro, inclusive quanto a fonte,

00212

tamanho de letra, espaçamento, margens, numeração, encadernação e demais elementos previstos no Edital, cuja inobservância poderá comprometer o anonimato da proposta e isonomia dos licitantes.

8.4 Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta Concorrência, observados os respectivos modelos dos Anexos VII.1 e VII.2 deste Edital.

9 ABERTURA DA LICITAÇÃO

9.1 No dia, horário e local designados no preâmbulo deste Edital, terá início a sessão pública de processamento desta licitação, que será conduzida pela Comissão de Contratação e será realizada em conformidade com a legislação pertinente, ocasião em que as licitantes deverão entregar, primeiramente, os 04 (quatro) invólucros exigidos.

9.2 Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará, à Comissão de Contratação, na primeira sessão pública que for participar, documento que o credencie, juntamente com seu documento de identidade de fé pública.

9.2.1 Os documentos mencionados acima deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

9.2.2 Quanto aos representantes:

a) Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio dirigente ou representante legal, o credenciamento será comprovado por meio de cópia do documento que ateste os poderes de representação - como contrato social, ata de assembleia ou outro documento equivalente -, inscrito no Registro Público de Empresas Mercantis a cargo da Junta Comercial, ou por outros meios legalmente admitidos que permitam a verificação de sua autenticidade.

b) Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo VI - Procuração.

I. Nesse caso, o preposto também entregará, à Comissão de Contratação, cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes

00213

com poderes para a constituição de mandatários, acompanhada de documento comprobatório de seu(s) administrador(es).

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

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

9.2.4.1 Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

9.2.5 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador.

9.2.5.1 Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.

9.2.6 Será admitido apenas 01 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/licitante.

9.3 DOS INVÓLUCROS:

9.3.1 Os 4 (quatro) invólucros a serem entregues na primeira sessão terão a seguinte composição:

N.º do Invólucro	Fase	Documentos Presentes
01	Proposta Técnica	✓ Plano de Comunicação Publicitário Via **NÃO Identificada**
02		✓ Plano de Comunicação Publicitário Via **Identificada**
03		✓ Capacidade de Atendimento ✓ Repertório ✓ Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
04	Proposta de Preços	✓ Proposta de Preços

Tabela 1

9.3.2 O invólucro padronizado para acondicionamento dos documentos do Plano de Comunicação Publicitário - Via Não Identificada, a espiral a ser utilizada no caderno único (referido no inciso I do subitem 10.4), bem como o pen-drive destinado à apresentação das peças (referido no subitem 10.4.10.3.8) e sua embalagem, deverão ser retirados na

00214

Secretaria Municipal de Administração, situada na Rua Guiapó, nº 484, sobreloja, sala 4, com entrada pela Rua José Emiliano de Gusmão, ao lado do nº 575, Centro, Sarandi/PR.

9.3.2.1 O atendimento para retirada desses materiais será realizado em dias úteis, de segunda a sexta-feira, das 8h às 11h e das 13h às 17h, observado como prazo final às 17h do último dia útil anterior à abertura da primeira sessão pública, mediante assinatura de protocolo.

I. **INVÓLUCRO nº 1**

a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada.

b) Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela PMS, conforme subitem 9.3.2;

c) Deverá ser apresentado fechado/lacrado somente com o fechamento do próprio invólucro e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria;

a. **Não poderá:**

i. ter nenhuma identificação;

ii. apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante.;

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

iv. ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do invólucro.

v. o invólucro ser diferente daquele fornecido pela PMS.

II. **INVÓLUCRO nº 2**

a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitário – **Via Identificada**, que conterá o mesmo teor da Via Não Identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa.

b) O invólucro deverá ser opaco, 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.

00215

c) NÃO poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada (Invólucro nº 1) e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura deste invólucro.

d) Deverá ser apresentado fechado (lacrado) e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 2 CONCORRÊNCIA Nº XX/XX **Plano de Comunicação Publicitário** Razão Social CNPJ

III. **INVÓLUCRO nº 3**

a) Deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

b) O invólucro deverá ser opaco, 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.

c) NÃO poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada (Invólucro nº 1) que possibilite a identificação da autoria deste antes do momento da abertura do Invólucro nº 2.

d) Deverá ser apresentado fechado (lacrado) e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 3 CONCORRÊNCIA Nº XX/XX **Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

00216

Razão Social CNPJ

IV. INVÓLUCRO nº 4

a) Deverá estar acondicionada a Proposta de Preço.

b) O invólucro deverá ser opaco, 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.

c) NÃO poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada (Invólucro nº 1) e possibilite a identificação da autoria deste antes do momento da abertura do Invólucro nº 2.

d) Deverá ser apresentado fechado (lacrado) e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 4 CONCORRÊNCIA Nº XX/XX **Proposta de Preços** Razão Social CNPJ

10 DO CONTEÚDO DOS INVÓLUCROS

A. *PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO Nº 1, Nº 2 E 3*

10.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

00217

QUESITOS	SUBQUESITOS
Q1 - Plano de Comunicação Publicitário	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
Q2 - Capacidade de Atendimento	
Q3 - Repertório	
Q4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

Tabela 2

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

10.3 A Proposta Técnica será apresentada em 3 (três) vias distintas, sendo 2 (duas) delas destinadas ao Plano de Comunicação Publicitário, e outra para o Conjunto de Informações Referentes ao Licitante.

10.4 Invólucro nº 1 - Proposta Técnica: Deverá conter o Plano de Comunicação Publicitário - Via Não Identificada, a serem elaborados a partir dos critérios a seguir:

I. em caderno único, orientação retrato e com espiral preta (padronizada e fornecida pela PMS) colocado à esquerda;

a) a espiral deverá ter ambas extremidades cortadas e dobradas de forma a se adequar ao tamanho das páginas e para que fixem adequadamente as folhas.

II. capa e contracapa em papel A4, branco, sem brilho, com 75 g/m2, ambas em branco;

III. conteúdo impresso em papel A4, branco, sem brilho, com 75 g/m2, orientação retrato;

a. Deverão ser observadas as exceções, no caso de apresentação de gráficos, quadros, tabelas ou planilhas nos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

IV. espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas e 2 cm nas margens inferior e superior;

V. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

VI. espaçamento simples entre as linhas e duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

VII. alinhamento justificado do texto;

00218

VIII. texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, sem nenhum tipo de formatação de estilo (como negrito, itálico ou sublinhado), observadas as especificações próprias para a apresentação das peças e ou materiais destinados a corporificação da Ideia Criativa e as especificações próprias para gráficos, quadros, tabelas ou planilhas dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

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

X. a primeira numeração deverá iniciar pelo algarismo "2", considerando que a primeira página interna se trata da segunda página do caderno.

XI. sem a identificação da licitante.

10.4.1 As especificações dos incisos do subitem 10.4 não se aplicam aos exemplos de peças e ou materiais destinados a corporificação do subquesito Ideia Criativa, tratados no subitem 10.4.10.3.3.

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

I. poderão ser editados em escala de cinza;

II. os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e deverão ter tamanho de 10 pontos;

III. as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

a. apresentadas em papel A3 dobrado, com 75 g/m2, branco, sem brilho. Nesse caso, para fins do limite de páginas previsto no subitem 10.4.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

b. impressas na orientação paisagem.

10.4.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I. ser editados em escala de cinza;

II. ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III. ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV. ser apresentados em papel A3 dobrado, com 75 g/m2, branco, sem brilho.

00219

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

10.4.4 Os exemplos de peças e ou materiais destinados a corporificação do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata o inciso I do subitem 10.4 deste Edital.

10.4.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 01, cabendo à Licitante atentar para danos ou deformidades ao invólucro por eles causados que possibilitem a sua identificação e consequente não recebimento do invólucro.

10.4.5 O Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

10.4.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de todas as peças da Ideia Criativa (do subitem 10.4.10.3.1) estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

10.4.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às Licitantes atentarem especialmente para a possibilidade de não recebimento dos invólucros em caso de desacordo com as condições de entrega previstas neste Edital.

10.4.7.1 Para fins desta Concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

10.4.8 Nas situações em que for permitida a utilização de páginas em formato A3 no caderno único especificado no subitem 10.4, inciso I, deverão ser observadas as seguintes orientações:

10.4.8.1 O espiral deve ser posicionado à esquerda, no lado da folha correspondente à dimensão de 29,7 cm (vinte e nove vírgula sete centímetros), independentemente de a impressão estar em orientação retrato ou paisagem; e

10.4.8.2 A folha deverá ser dobrada de modo a ajustar ao formato do caderno único, devendo a única dobra ser realizada a 20 cm (vinte centímetros), contadas da borda externa direita em direção ao centro, conforme ilustrado abaixo:

00220

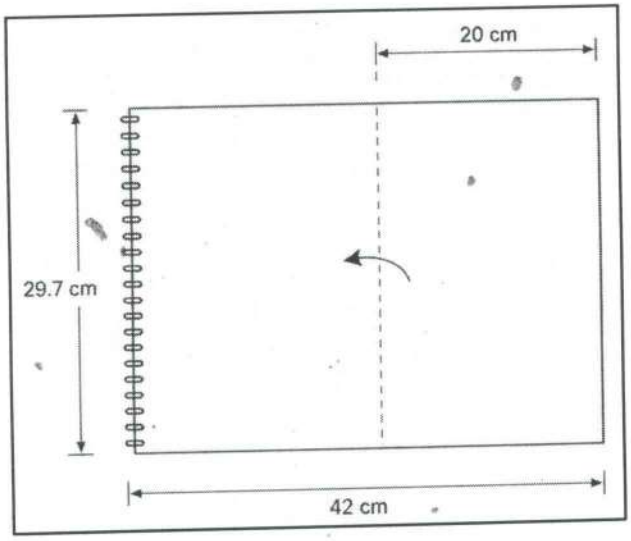

Figura 1

10.4.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitário e seus subquesitos.

10.4.9.1 Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto para a conjunto que compõem os textos de Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação das peças da Ideia Criativa, devendo ainda seguir as especificações de apresentação do caderno único do Plano de Comunicação Publicitário, no que couber.

10.4.10 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo IV), observadas as seguintes orientações:

10.4.10.1 O **Raciocínio Básico** será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da **PMS**, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing.

10.4.10.2 A **Estratégia de Comunicação Publicitária** será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionado a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

10.4.10.2.1 Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da PMS; e

10.4.10.2.2 Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente: "o que dizer", "a quem dizer",

00221

"como dizer", "quando dizer" e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

10.4.10.3 **Na Ideia Criativa** a licitante apresentará conteúdo criativo para proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

10.4.10.3.1 Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

10.4.10.3.2 A relação das peças deverá ser apresentada em dois blocos, sendo que no primeiro bloco, deverão ser relacionadas as peças corporificadas, limitadas a 5 (cinco) peças e no segundo bloco, as peças não corporificadas, sem número limitado de peças.

10.4.10.3.3 Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) protótipo ou "monstro" para peças destinadas a rádio e internet;

c) storyboard animado ou animatic ou storyboard impresso, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 5 (cinco) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observando as seguintes regras:

a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;

b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablóide, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

00222

e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

10.4.10.3.4 Só serão aceitos exemplos de peças e ou materiais não finalizados.

10.4.10.3.4.1. Considera-se "material não finalizado" aquele apresentado em estágio preliminar de criação, destinado apenas a demonstrar o conceito e a estratégia publicitária, sem estar pronto para veiculação.

10.4.10.3.5 Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

10.4.10.3.6 Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

10.4.10.3.7 Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: "cartaz", "filme TV", "spot rádio", "anúncio revista", "monstro internet") destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem.

10.4.10.3.8 Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados no pen-drive, padronizado e fornecido pela PMS, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais.

10.4.10.3.8.1. No pen-drive padronizado e fornecido pela PMS, não poderá constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

10.4.10.3.8.2. O pen-drive deverá ser acondicionado na embalagem padronizada fornecida pela PMS.

10.4.10.3.8.2.1. Na embalagem do pen-drive não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante.

10.4.10.3.9 Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separadamente do caderno único(I do subitem 10.4), ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do Invólucro nº 1.

00223

10.4.10.3.9.1. As peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

10.4.10.3.10 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura – sem limitação de cores, sem numeração de página, sem suporte e ou passe-partout, em qualquer tipo de papel A4 ou A3.

10.4.10.4 Na **Estratégia de Mídia e Não Mídia** deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas, nos quais deverá ser apresentada:

a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indicada no Briefing.

b) Simulação do plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 10.4.10.3.1.

10.4.10.4.1 A simulação do plano de distribuição deverá contar um resumo geral com informações mínimas sobre:

a) período de distribuição das peças e ou material;

b) quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia, entre outras que entender pertinente.

10.4.10.4.2 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 mensagem publicitária.

10.4.10.4.3 A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação; caso o edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela dos veículos de comunicação, deverão ser os vigentes na data de publicação do último aviso de licitação.

00224

b) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.

c) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto (valores brutos) a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

i. Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, X, Linkedin, Display e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

10.5 **Invólucro nº 2 - Proposta Técnica:** Deverá conter o **Plano de Comunicação Publicitário - Via Identificada**, o qual deve ser cópia idêntica ao Plano de Comunicação Publicitário - Via Não Identificada, excluindo-se apenas os exemplos de peças relativas à Ideia Criativa.

10.5.1 Os documentos deverão ser datados e assinados na última página e rubricados nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificados.

10.6 **Invólucro nº 3 - Proposta Técnica - Conjunto de Informações sobre a Licitante**: Deverá conter a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Solução de Problemas e de Comunicação.

10.6.1 Os documentos e informações deste invólucro NÃO poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

10.6.2 As peças eletrônicas a serem apresentadas no Invólucro nº 3 deverão ser apresentadas em Pen-drive de fornecimento e inteira responsabilidade da licitante.

10.6.3 **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**: deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

a) A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

00225

b) A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, produção gráfica, mídia e atendimento;

i. A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

ii. 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 aprovação prévia da PMS.

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

d) A sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da PMS sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

10.6.4 **REPERTÓRIO:** será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

10.6.4.1 No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

a) as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2020;

b) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pen-drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

c) as peças gráficas poderão ser impressas em papel A3 e apresentadas dobradas, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).

00226

d) as peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PMS seja ou tenha sido signatário;

e) para cada peça e ou material previstos neste item, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

10.6.4.2 Se a licitante apresentar quantidade inferior à exigida no subitem 10.6.4.1, a pontuação máxima atribuível neste quesito será reduzida proporcionalmente à quantidade efetivamente apresentada, mediante a aplicação de regra de três simples, tomando-se por base a pontuação máxima prevista no subitem 12.2.5.

10.6.4.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

10.6.5 **RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**: deverá ser apresentado, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

10.6.5.1 As propostas de que trata o subitem acima devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

10.6.5.2 A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista para os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.6.5.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PMS seja ou tenha sido signatário.

10.6.5.4 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

10.6.5.5 Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, sem necessidade de reconhecimento de firma.

10.6.5.6 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 10.6.5 independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- 00227

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pen-drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 10.6.5, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais:

i. Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

B. PROPOSTA DE PREÇOS - INVÓLUCRO Nº 4

10.7 **A Proposta de Preço** deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo II, e deverá consignar:

a) percentual de honorários sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;

b) percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas 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 ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisão da agência;

c) percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência;

d) percentual de desconto, a ser concedido à Prefeitura Municipal de Sarandi/PR, sobre os custos internos, baseados na tabela referencial vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR).

10.7.1 Os valores referentes aos honorários e ao desconto citados nas alíneas acima deverão observar:

I. Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre os serviços especificados nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do item 10.7, sob pena de desclassificação.

00228

II. Não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre os custos internos especificados na alínea 'd' do item 10.7, sob pena de desclassificação;

III. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

IV. O percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

V. O percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);

10.7.2 A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

10.7.3 Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

10.7.4 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

10.7.4.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem acima ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

C. *DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO - INVÓLUCRO Nº 5*

10.8 Deverá conter os Documentos de Habilitação das licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas.

10.8.1 **O Invólucro nº 5** deverá ser entregue no dia, hora e local estipulados pela Comissão de Contratação.

10.8.2 Os Documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, observando as seguintes orientações:

00229

a) O invólucro deverá ser opaco, 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 a sua abertura.

b) Deverá ser apresentado fechado (lacrado) e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 5
CONCORRÊNCIA Nº XX/XX
Documentos para Habilitação
Razão Social
CNPJ

10.8.3 Serão consideradas habilitadas as licitantes que apresentarem os documentos relacionados nos subitens abaixo e atendam suas condições, como também atendam às exigências dos requisitos do item 13.

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

I. em via original; ou

II. sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado; ou

III. outros meios legalmente admitidos que permitam a verificação de sua autenticidade.

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

10.8.4.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

10.8.5 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista nos subitens a seguir:

10.8.5.1 **HABILITAÇÃO JURÍDICA:** Para fins de Habilitação Jurídica, deverá o interessado apresentar, conforme o caso, o(s) documento(s) a seguir:

00230

I. Empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

II. Microempreendedor Individual – MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual – CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt br/empreendedor;

III. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada – EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

IV. Sociedade empresária estrangeira: portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020;

V. Sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

10.8.5.1.1 Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

10.8.5.2 **REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:** Para fins de Habilitação Fiscal, Social e Trabalhista, deverá o interessado apresentar, conforme o caso, o(s) documento(s) a seguir:

I. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;

II. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional;

III. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

IV. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de

00231

negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

V. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Municipal ou Distrital relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

VI. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal ou Distrital do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre.

10.8.5.2.1 Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

10.8.5.2.2 O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

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

10.8.5.2.4 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

10.8.5.3 **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:** Para fins de Qualificação Econômico-Financeira, deverá o interessado apresentar, conforme o caso, o(s) documento(s) a seguir:

I. certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor;

II. balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, comprovando, índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um), obtidos por meio da aplicação das seguintes fórmulas:

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

00232

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

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

10.8.5.3.1 Caso a empresa interessada apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo de 10% do valor total estimado da contratação.

10.8.5.3.2 Os indicadores fixados acima deverão ser atingidos em cada um dos dois últimos exercícios sociais, sob pena de inabilitação.

10.8.5.3.3 Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos;

10.8.5.3.4 Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital – ECD ao Sped.

10.8.5.3.5 As empresas criadas no exercício financeiro da licitação/contratação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.

10.8.5.3.6 O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

10.8.5.4 **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:** Para fins de qualificação técnica, deverá o interessado apresentar, conforme o caso, o(s) documento(s) a seguir:

I. Comprovação de aptidão para execução de serviços similares, de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior à do objeto desta contratação, por meio da apresentação de certidões ou atestados emitidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou pelo conselho profissional competente.

   a. Para fins de comprovação de que trata o inciso acima, o atestado deverá dizer a respeito a contratos executados de Serviços de Publicidade e Propaganda, de no mínimo 10% do valor total do Edital.

   b. Serão admitidos, para fins de comprovação do valor mínimo exigido, a apresentação e o somatório de diferentes atestados relativos a contratos executados de forma concomitante.

00233



c. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.

II. 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;

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

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

10.8.5.5 **DECLARAÇÕES:** Além dos demais documentos exigidos para habilitação, o interessado deverá apresentar:

10.8.5.5.1 Declaração de que a sua proposta foi elaborada de maneira independente, contendo, no mínimo, as informações especificadas no Anexo I.1 - Declaração de Elaboração Independente de Proposta;

10.8.5.5.2 As declarações abaixo listadas, contendo, no mínimo, as informações especificadas no Anexo I.2 - Declaração Unificada, onde a licitante declara que:

I. tem pleno conhecimento das regras, condições e exigências estabelecidas no Edital e em todos os seus anexos, concordando expressamente com todos os seus termos;

II. cumpre plenamente todos os requisitos de habilitação exigidos no Edital, em atendimento ao disposto no inciso I do art. 63 da Lei Federal nº 14.133/2021;

III. não foi sancionada com IMPEDIMENTO DE LICITAR E CONTRATAR no âmbito deste Município, ou com DECLARAÇÃO DE INIDONEIDADE perante qualquer órgão ou entidade da Administração Pública de todas as esferas federativas;

IV. cumpre a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo;

V. não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição Federal;

00234

VI. não possui, em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;

VII. que nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação deste Edital, não foi condenada 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;

VIII. 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;

IX. não mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

X. que, até a presente data, inexistem fatos supervenientes impeditivos para habilitação no presente certame, estando ciente das obrigatoriedades de declarar à Administração a ocorrência de qualquer fato posterior; e

XI. (se for o caso) declaramos que nossa empresa está enquadrada como microempresa (ME) ou empresa de pequeno porte (EPP) e cumpre os requisitos estabelecidos no art. 3º da Lei Complementar n.º 123, de 2006.

10.8.6 Todos os documentos deverão estar em nome da licitante.

10.8.6.1 Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz.

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

10.8.7 Poderá ser apresentado o Certificado de Registro Cadastral de que trata o art. 87 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do respectivo prazo de validade e compatível com o objeto desta Concorrência, em substituição aos documentos exigidos de habilitação exigidos no subitem 10.8.5 e seguintes, desde que dele constem elementos suficientes para comprovar as condições de habilitação exigidas.

10.8.7.1 Nessa hipótese, a licitante se obriga a declarar a PMS a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

00235

10.8.7.2 Caso alguma condição de habilitação não esteja comprovada por meio do Certificado de Registro Cadastral, a respectiva documentação comprobatória deverá ser apresentada no invólucro de habilitação, para fins de comprovação da condição não abrangida pelo certificado.

10.8.8 À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

11 PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

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

11.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 9.2 deste Edital.

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

11.1.3 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço.

11.1.4 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes será efetuado exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

11.1.5 Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão de Contratação quanto pela Subcomissão Técnica, observado a disposição no subitem 8.4.

11.1.6 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

11.2 Durante a fase de abertura, conferência visual e rubrica dos invólucros, será terminantemente proibido o uso de telefones celulares, câmeras fotográficas, tablets ou

00236

qualquer dispositivo de registro de imagem ou comunicação por parte dos representantes das licitantes, sob pena de afastamento do representante da sessão e registro do incidente em ata.

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

11.3.1 Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da Comissão de Contratação em contrário.

11.4 A Primeira Sessão Pública e as análises pela Subcomissão Técnica serão gravadas e publicadas posteriormente à realização da Segunda Sessão Pública.

11.4.1 A análise pela Subcomissão Técnica será restrita a presença da própria Subcomissão Técnica e integrantes da PMS, não podendo haver presença de terceiros, visando a análise independente e segurança jurídica da avaliação, contudo, será gravada para posterior publicação pelo órgão, como informado no subtópico anterior.

11.4.2 As Sessões Públicas posteriores – como a Segunda, Terceira, e demais necessárias, além de gravadas, serão transmitidas ao vivo.

11.5 PRIMEIRA SESSÃO:

11.5.1 A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

I. Identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 8.4;

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

III. Receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

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

a) O não recebimento do Invólucro nº 1, também impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

V. Rubricar, no fecho, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3.

VI. Abrir os Invólucros nº 1 e verificar seu conteúdo;

00237

VII. Abrir os Invólucros nº 3, verificar e rubricar seu conteúdo;

VIII. Colocar à disposição dos representantes das licitantes os documentos constantes nos Invólucros nº 1 e nº 3, sendo o primeiro destinado apenas ao exame e o segundo ao exame e à rubrica.

IX. Informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão, quando haverá a divulgação do julgamento das Propostas Técnicas.

11.5.2 Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

11.5.3 A Comissão de Contratação, antes da abertura do Invólucro nº 1, adotará medida para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitário.

11.5.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Contratação.

11.5.5 Antes de serem abertos para verificação dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os Invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão de Contratação.

11.5.6 A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada das licitantes.

11.5.7 A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos Invólucros nº 1 e nº 3 observarão os seguintes procedimentos:

I. Suspensão da primeira sessão para análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitário e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problema de Comunicação.

II. Encaminhamento pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnicas, dos Invólucros nº 1.

III. Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, do relatório de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, com a pontuação e da justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

00238

IV. Encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3.

V. Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação, com as pontuações e da justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

11.5.8 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 12.2.5.6, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, permanecendo resguardadas até a realização da segunda sessão pública, momento em que será aberto o prazo regulamentar para interposição de recursos relativos a toda a fase técnica.

11.5.8.1 A programação do subitem acima não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

11.5.9 O descumprimento das exigências de padronização e formatação previstas neste Edital para a apresentação do Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada, inclusive quanto à formatação, à fonte, ao espaçamento, às margens e aos demais elementos gráficos e visuais será considerado elemento de identificação, ensejando a desclassificação da proposta.

11.5.10 As planilhas conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitário apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

11.6 SEGUNDA SESSÃO:

11.6.1 Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para realização da Segunda Sessão pública que terá a seguinte pauta:

I. Identificação dos representantes das licitantes.

a. Caso a licitante não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 8.4;

II. Abrir e rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 2;

00239

III. Colocar à disposição dos representantes das licitantes os documentos constantes nos Invólucros nº 2, para exame e à rubrica.

IV. Cotejar as Vias Não Identificadas (Invólucros nº 1) com as Vias Identificadas (Invólucros nº 2) do Plano de Comunicação Publicitário, para identificação de sua autoria.

V. Elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitário e aos demais quesitos de cada Proposta Técnica separadamente.

VI. Proclamar o resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

11.6.2 Do resultado do julgamento e classificação ou desclassificação, caberá recurso.

11.7 TERCEIRA SESSÃO:

11.7.1 Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – Invólucro nº 4 das Licitantes classificadas.

11.7.2 A Terceira Sessão pública terá a seguinte pauta:

I. Identificação dos representantes das licitantes.

a. Caso a licitante não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 8.4;

II. Abrir e rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 4;

III. Colocar à disposição dos representantes das licitantes os documentos constantes nos Invólucros nº 4, para exame e à rubrica.

IV. Julgamento das Propostas de Preço, nos termos da exigência fixada no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação.

11.7.3 Do julgamento das propostas caberá recurso.

11.8 QUARTA SESSÃO:

11.8.1 Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos Documentos de Habilitação – Invólucro nº 5 das Licitantes classificadas.

11.8.2 A Quarta Sessão pública terá a seguinte pauta:

00240

I. Identificação dos representantes das licitantes.

a. Caso a licitante não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 8.4;

II. Receber o(s) Invólucro(s) nº 5 das licitantes classificadas;

III. Abrir e rubricar os conteúdos do(s) Invólucro(s) nº 5;

IV. Colocar à disposição dos representantes das licitantes os documentos constantes(s) no(s) Invólucro(s) nº 5, para exame e à rubrica.

V. Decidir sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 62 e seguintes da Lei 14.133/21 e exigências fixadas no Edital.

a. Caso a Comissão de Contratação julgue necessário fazer exame internamente, encerra-se a sessão.

11.8.3 Do resultado do julgamento de habilitação e inabilitação, caberá recurso.

12 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS:

A. *JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA*

12.1 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

12.2.1 Plano de Comunicação Publicitário:

12.2.1.1 **Raciocínio Básico - (*MÁXIMO DE 10 PONTOS*)**

a) A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da PMS e do contexto de sua atuação;

b) A acuidade de compreensão do desafio de comunicação expresso no Briefing;

c) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

00241

d) A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo PMS e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.2.1.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária - (MÁXIMO DE 20 PONTOS)**

a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PMS e a seu desafio de comunicação;

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

c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PMS com seus públicos;

d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;

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

f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a PMS, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

12.2.1.3 **Ideia Criativa (MÁXIMO DE 20 PONTOS)**

a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing;

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) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) Sua pertinência às atividades da PMS e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;

i) A exequibilidade das peças e/ou do material;

00242

j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

12.2.1.4 **ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (MÁXIMO DE 15 PONTOS)**

a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PMS;

e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e /ou do material;

f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

12.2.2 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (MÁXIMO DE 15 PONTOS)

a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

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 da PMS;

d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato;

e) A operacionalidade do relacionamento entre a PMS 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 da PMS, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.

12.2.3 REPERTÓRIO (MÁXIMO DE 10 PONTOS)

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; 00243

c) A clareza da exposição das informações prestadas.

12.2.4 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (MÁXIMO DE 10 PONTOS)

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.

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

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitário	Raciocínio Básico	10
	Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	Ideia Criativa	20
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
Capacidade de Atendimento	-	15
Repertório	-	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	-	10
	Pontuação Máxima Total:	**100**

Tabela 3

12.2.5.1 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 2 (duas) casas decimais.

12.2.5.2 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 10.6.4.1 e 10.6.5 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, a pontuação máxima atribuível nesses quesitos será reduzida proporcionalmente às quantidades efetivamente apresentadas, mediante a aplicação de regra de três simples, tomando-se por base as respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.2.5 deste Edital.

12.2.5.3 A Subcomissão 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.

12.2.5.3.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão, autores das pontuações

00244

consideradas destoantes, deverão registrar em relatórios as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

12.2.5.5 A classificação das propostas técnicas obedecerá à ordem decrescente das pontuações obtidas.

12.2.5.6 Será desclassificada a Proposta que:

a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

b) Obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica;

c) Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

B. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.3 Deverá ser apresentada apenas as informações constantes do **Anexo II - Modelo de Propostas de Preços.**

12.4 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

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

12.6 A licitante deverá apresentar uma única proposta de preços da qual constarão os seguintes itens:

a) percentual de honorários sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;

b) percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas 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 ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisão da agência;

c) percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência;

00245

d) percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Sarandi/PR sobre os custos internos, baseados na tabela referencial vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR).

12.7 A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura:

a) Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

b) Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

12.8 Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

12.9 A Classificação se dará da seguinte forma:

a) percentual de honorários sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos do item 10.7.1 e seus demais subitens:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
25	Até 10%
20	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

Tabela 4

b) percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas 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 ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos do item 10.7.1 e seus demais subitens:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
25	Até 10%

00246

20	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

Tabela 5

c) percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos do item 10.7.1 e seus demais subitens:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
25	Até 10%
20	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

Tabela 6

d) percentual de desconto, a ser concedido à Prefeitura Municipal de Sarandi/PR, sobre os custos internos, baseados na tabela referencial vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR), fixados nos limites estabelecidos nos quesitos do item 10.7.1 e seus demais subitens:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
25	De 50% ou acima de 50%
20	De 45% a 49%
15	De 40% a 44%
10	De 30% a 39%

Tabela 7

12.9.1 A classificação das propostas de preço obedecerá à ordem decrescente das pontuações obtidas pela aplicação das fórmulas abaixo:

NFPP = D1 + D2 + D3 + D4

Onde:

NFPP = *Nota Final da Proposta de Preço*

D1 = *Pontuação aplicada ao percentual de honorários de produção externa.*

D2 = *Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação.*

00247

D3 = *Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação.*

D4 = *Pontuação aplicada ao percentual de desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná.*

C. *JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS*

12.10 A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

$$PF = (NFPT \times 0{,}70) + (NFPP \times 0{,}30)$$

Onde:

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

Justificativa:

O critério de julgamento adotado para o presente certame será o de técnica e preço, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e com o art. 36, §1º, da Lei Federal nº 14.133/2021, considerando a natureza predominantemente técnica, intelectual, criativa e estratégica dos serviços de publicidade a serem contratados.

A pontuação das propostas observará a ponderação de 70% (setenta por cento) para a proposta técnica e 30% (trinta por cento) para a proposta de preço, conforme critérios objetivos a serem definidos no edital, em razão da relevância da qualidade técnica para o alcance dos resultados pretendidos pela Administração.

Tal proporção justifica-se porque a contratação de serviços de publicidade exige avaliação da estratégia de comunicação, da capacidade criativa, da adequação das soluções propostas, da experiência e da qualidade técnica apresentada pelas licitantes, sem afastar a necessária análise da vantajosidade econômica.

Dessa forma, busca-se garantir a contratação da proposta que apresente o melhor equilíbrio entre qualidade técnica e preço, assegurando maior eficiência na comunicação pública, melhor alcance das campanhas institucionais e atendimento mais efetivo ao interesse público.

12.10.1 A classificação do Julgamento Final das Propostas obedecerá à ordem decrescente das pontuações obtidas nos critérios do subitem acima.

12.11 Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

a) Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) Ideia Criativa;

c) Raciocínio Básico;

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

12.12 Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio que ocorrerá em sessão pública.

00248

12.13 Será considerada vencedora, a Licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

12.14 Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as pequenas empresas e empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado final, constituído pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja esta uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

12.15 Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

12.16 A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a lei complementar n. 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º do artigo 3º. do citado dispositivo e que no ano calendário da realização da licitação, ainda não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

13 DA HABILITAÇÃO

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

13.1.1 A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será inabilitada do certame.

13.1.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista no item 10.8.

13.2 A Comissão de Contratação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas as que atenderem integralmente dos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

13.2.1 Se nenhuma licitante restar habilitada, a PMS 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 eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

00249

14 RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1 Dos atos da Administração, inclusive dos julgamentos da Proposta Técnica, da Proposta de Preços e da Habilitação, cabem recursos distintos e em momentos distintos, na forma do disposto no artigo 11, incisos VIII, X e XIII da lei 12.232/2010, em face do critério da especialidade desta norma legal.

14.2 O prazo para interposição de cada um dos recursos possíveis neste certame será de 03 (três) dias úteis previsto no artigo 165, inciso I da lei 14.133/21, contado da data da intimação ou da lavratura da ata.

14.2.1 Igual prazo de 3 (três) dias úteis caberá à parte interessada em oferecer impugnação (contrarrazões) ao recurso interposto por uma das licitantes.

14.3 Os memoriais de recurso e as contrarrazões deverão ser apresentados, mediante petição, devidamente fundamentada, encaminhada ao e-mail cpl@sarandi.pr.gov.br, até as 23h59min do último dia do prazo, desde que a peça recursal esteja anexada e devidamente assinada.

14.4 Os recursos intempestivos ou apresentados em desacordo com as condições deste Edital, não terão análise de mérito.

14.5 A Comissão de Contratação reserva-se o direito de, a qualquer momento, consultar os setores técnicos da Administração.

15 HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

15.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta Concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no item 18.13 deste Edital.

15.2 Será vencedor desta Concorrência a licitantes que:

a) tenha obtido a maior nota final, conforme o item 12.10; e

b) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 13 deste Edital.

00250

16 CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

16.1 Após a homologação e adjudicação, caso se conclua pela contratação, será firmado Termo de Contrato.

16.2 O adjudicatário terá o prazo de dez dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar (na forma eletrônica) o termo de contrato, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital.

16.2.1 O prazo do subitem acima poderá ser prorrogado, por igual período, por solicitação justificada do adjudicatário e aceita pela Administração.

16.3 O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, conforme constante no Termo de Contrato.

16.4 Para assinatura do contrato, o adjudicatário deverá apresentar:

I. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal de Sarandi/PR.

   a. A existência de Certidão Positiva constitui fator impeditivo para contratação com este Município, conforme o art. 79, parágrafo único da Lei Orgânica Municipal.

II. Declaração de Não Conflito, conforme modelo do Anexo I.3; e

III. Comprovação das condições de habilitação e contratação consignadas neste Edital, que deverão ser mantidas pelo licitante durante a vigência do contrato.

16.5 A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

16.6 A contratada se obriga a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta Concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

16.7 Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

00251

17 DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES

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

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

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

a) não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;

b) recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

c) pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva;

d) apresentar proposta em desacordo com as especificações do edital.

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

IV. recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato no prazo estabelecido pela Administração;

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

VI. fraudar a licitação;

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

a) agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

b) induzir deliberadamente a erro no julgamento.

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

IX. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 2013.

17.2 Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração 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:

I. advertência;

00252

II. multa;

III. impedimento de licitar e contratar e;

IV. 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.

17.3 Na aplicação das sanções serão considerados:

I. a natureza e a gravidade da infração cometida;

II. as peculiaridades do caso concreto;

III. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

IV. os danos que dela provierem para a Administração Pública;

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

17.4 A multa será recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, a contar da comunicação oficial.

17.5 Para as infrações previstas nos incisos I, II e III do item 17.1, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

17.6 Para as infrações previstas nos incisos IV, V, VI, VII, VIII, e IX do item 17.1, a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

17.7 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.

17.8. 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.

17.9 A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos incisos I, II, III e IV do item 17.1, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

17.10 Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos incisos V, VI, VII, VIII e IX do item 17.1, bem como pelas infrações administrativas previstas nos incisos I, II, III e IV do item 17.1 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de

impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021.

17.11 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 Administração, descrita no inciso IV do item 17.1, 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, nos termos do art. 45, §4º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 73, de 30 de setembro de 2022.

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

17.13 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.

17.14 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.

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

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

17.17 Para a garantia da ampla defesa e contraditório dos licitantes, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de *e-mail* informados nas etiquetas dos invólucros, exceto o nº 1.

17.18 Os endereços de *e-mail* informados na proposta de preços serão considerados de uso contínuo da empresa, não cabendo alegação de desconhecimento das comunicações a eles comprovadamente enviadas.

17.19 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá

00254

acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

18 DISPOSIÇÕES GERAIS

18.1 A futura Contratada deverá reverter à PMS parcela do "Desconto de Agência" a que faz jus, observados os parâmetros especificados no Contrato, anexo deste Edital.

18.2 É facultada à Comissão de Contratação, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório.

18.3 Fica assegurado à PMS o direito de, no interesse da Administração, anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, a presente licitação, dando ciência aos participantes, na forma da legislação vigente (artigo 71 da lei 14.133/21).

18.4 Os direitos autorais, patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análise e planos), peças, acompanhadas de demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste contrato serão cedidos à PMS.

18.4.1 Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país.

18.4.2 O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração do Contrato.

18.4.3 Os direitos patrimoniais poderão ser usados pela PMS em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

18.4.4 Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a PMS solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quando à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

18.4.5 A licitante se compromete fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direitos de uso obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

18.4.6 A PMS será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato fruto da licitação, sejam estes passíveis ou não de proteção de Direito de Propriedade Intelectual.

00255

18.5 A Comissão de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do PMS para a execução do contrato.

18.6 A Comissão de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 18.1 e 18.5 deste Edital.

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

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

18.8 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a PMS poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

18.9 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.

18.10 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a PMS comunicará os fatos verificados aos órgãos competentes, para as providências devidas.

18.11 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 Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021.

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

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

00256

18.13.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

18.13.2 No caso de desfazimento do processo licitatório, fica assegurado o contraditório e a ampla defesa.

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

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

18.16 Correrão por conta da PMS as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Município, na forma prevista no art. 89, §1º da Lei nº 14.133/2021.

18.17 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Judiciário do foro da PMS.

18.18 Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação em contrário, pela Comissão de Contratação.

18.19 Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário de Brasília – DF.

18.20 A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.

18.21 As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

18.22 Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Administração não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

00257

18.23 As interessadas deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes do Edital, bem como de todas as condições gerais e peculiares do local onde serão executados os trabalhos, não podendo invocar nenhum desconhecimento como elemento impeditivo da formulação de sua proposta ou do perfeito cumprimento do Contrato.

18.24 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.

18.25 O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

18.26 Em caso de divergência entre disposições deste Edital e de seus anexos ou demais peças que compõem o processo, prevalecerá as deste Edital.

18.27 Os demais atos relativos a esta licitação serão realizados mediante publicação na Imprensa Oficial e na divulgação do site da PMS.

18.28 O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) no Portal de Transparência deste Município, podendo ser acessado pelo link: https://sarandi.eloweb.net/portaltransparencia/licitacoes.

18.29 Integram este Edital, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:

Anexos	Descrição
I	DECLARAÇÕES
	I.1 - Declaração de Elaboração Independente de Proposta;
	I.2 - Declaração Unificada de Habilitação; e
	I.3 - Declaração de Não Conflito.
II	MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS
III	TERMO DE REFERÊNCIA
IV	BRIEFING
V	MINUTA DO CONTRATO
VI	MODELO DE PROCURAÇÃO
VII	TERMOS DE RESPONSABILIDADE
	VII.1 - Comissão de Contratação; e
	VII.2 - Subcomissão Técnica.
VIII	PLANILHAS DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:
	VIII.1 - Ref. Plano de Comunicação Publicitário; e
	VIII.2 - Ref. Conjunto de Informações sobre a Licitante.

00258

IX	ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR.
X	ANÁLISE DE RISCO.

18.30 Os documentos dos Anexos estão acessíveis em formato digital, juntamente com o Edital e demais anexos, conforme estabelecido acima no item 5.1.

Sarandi, 11 de junho de 2026.

PATRICIA DAIANE MORAES DE SOUZA
Secretária de Administração
Portaria nº 2166/2026

00259

(ANEXO I.1 – MODELO)

DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

À
Comissão de Contratação
Referente a Concorrência nº XX/2026

Em nome da empresa ....., inscrita no CNPJ nº....., com sede na ....., neste ato representado pelo(a) Sr(a) ....., portador(a) do CPF nº ....., DECLARO, para os devidos fins, que a licitante que represento:

I. que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente por esta licitante, e que seu conteúdo não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, do presente certame, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

II. que a intenção de apresentar a referida proposta não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, desta Concorrência;

III. que 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;

IV. que 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

V. que 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 da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, antes da abertura oficial das propostas.

Declaro, ainda, estar ciente de que a prestação de declaração falsa acarretará a aplicação de DECLARAÇÃO DE INIDONEIDADE para licitar ou contratar com toda a Administração Pública do País, além das demais sanções legais cabíveis.
Por ser expressão da verdade, firmamos a presente declaração

local e data

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

00260

(ANEXO I.2 – MODELO)

DECLARAÇÃO UNIFICADA DE HABILITAÇÃO

À
Comissão de Contratação
Referente a Concorrência nº XX/2026

Em nome da empresa ....., inscrita no CNPJ nº....., com sede na ....., neste ato representado pelo(a) Sr(a) ....., portador(a) do CPF nº ....., DECLARO, para os devidos fins, que a licitante que represento:

I. tem pleno conhecimento das regras, condições e exigências estabelecidas no Edital e em todos os seus anexos, concordando expressamente com todos os seus termos;

II. cumpre plenamente todos os requisitos de habilitação exigidos no Edital, em atendimento ao disposto no inciso I do art. 63 da Lei Federal nº 14.133/2021;

III. não foi sancionada com IMPEDIMENTO DE LICITAR E CONTRATAR no âmbito deste Município, ou com DECLARAÇÃO DE INIDONEIDADE perante qualquer órgão ou entidade da Administração Pública de todas as esferas federativas;

IV. não possui qualquer vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com membros da Subcomissão Técnica responsáveis pela análise das Propostas Técnicas da presente Concorrência, em conformidade com o art. 37 da Constituição Federal, especialmente quanto aos princípios da impessoalidade e da moralidade, e compromete-se a comunicar formalmente à Administração tão logo tenha ciência de eventual vínculo, até a finalização do presente certame;

V. cumpre a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo;

VI. não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7°, XXXIII, da Constituição Federal;

VII. não possui, em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;

VIII. que nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação deste Edital, não foi condenada 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;

IX. 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;

X. não mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

XI. que, até a presente data, inexistem fatos supervenientes impeditivos para habilitação no presente certame, estando ciente das obrigatoriedades de declarar à Administração a ocorrência de qualquer fato posterior; e

XII. (se for o caso) declaramos que nossa empresa está enquadrada como microempresa (ME) ou empresa de pequeno porte (EPP) e cumpre os requisitos estabelecidos no art. 3º da Lei Complementar n.º 123, de 2006.

Declaro, ainda, estar ciente de que a prestação de declaração falsa acarretará a aplicação de DECLARAÇÃO DE INIDONEIDADE para licitar ou contratar com toda a Administração Pública do País, além das demais sanções legais cabíveis.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente declaração

local e data

_____

nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes

(ANEXO I.3 - MODELO)

DECLARAÇÃO DE NÃO CONFLITO

À
Comissão de Contratação
Referente a Concorrência nº XX/2026

Em nome da empresa ....., inscrita no CNPJ nº....., com sede na ....., neste ato representado pelo(a) Sr(a) ....., portador(a) do CPF nº ....., DECLARO, para os devidos fins, que a licitante que represento:

I. não possui, na data de assinatura do presente contrato, qualquer conflito de interesses decorrente de contrato vigente, vínculo empregatício, prestação de serviços ou relação comercial com o Município de Sarandi/PR ou com qualquer agente público envolvido na gestão, fiscalização ou execução do objeto contratado, que possa comprometer a imparcialidade ou a regularidade da contratação, nos termos do artigo 9º, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021;

II. não há, na data de assinatura deste instrumento, qualquer fato impeditivo à sua contratação, comprometendo-se a comunicar imediatamente à Administração a ocorrência de qualquer fato superveniente que altere essa condição durante toda a vigência contratual.

Declaro, ainda, estar ciente de que a prestação de declaração falsa acarretará a aplicação de DECLARAÇÃO DE INIDONEIDADE para licitar ou contratar com toda a Administração Pública do País, além das demais sanções legais cabíveis.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente declaração

local e data

_____

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

(ANEXO II – MODELO)

PROPOSTA DE PREÇOS

À
Comissão de Contratação
Referente a Concorrência nº XX/2026

Em nome da empresa ....., inscrita no CNPJ nº....., com sede na ....., neste ato representado pelo(a) Sr(a) ....., portador(a) do CPF nº .....

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente do presente certame promovido pela Prefeitura do Município de Sarandi/PR, serão cobrados os seguintes honorários e concedidos os seguintes descontos:

a) Percentual de honorários de .....% (..... por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;

b) Percentual de honorários de .....% (..... por cento) sobre o planejamento e a execução de pesquisas 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 ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisão da agência;

c) Percentual de honorários de .....% (..... por cento) sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência.

d) Percentual de desconto de .....% (..... por cento) a ser concedido à Prefeitura Municipal de Sarandi/PR sobre os custos internos, baseados na tabela referencial vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR).

Ficam definidos, sem estarem sujeitos à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura do Município de Sarandi/PR:

a) Remuneração de até .....% (..... por cento) aos atores e modelos, calculada sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado;

b) Remuneração de até .....% (..... por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.

Para fins de participação e futura contratação, a licitante declara:

I. está ciente de que a Prefeitura Municipal de Sarandi/PR procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei;

II. informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidos no Edital e seus anexos;

III. compromete-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições de negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura do Município de Sarandi/PR as vantagens obtidas, nos termos da Lei nº 12.232/2010;

IV. garante o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o efetivo repasse financeiro por parte da Prefeitura do Município de Sarandi/PR;

V. os preços propostos são de sua exclusiva e integral responsabilidade, renunciado ao direito de pleitear, na vigência do contrato, qualquer alteração sob a alegação de erro, omissão ou pretexto análogo;

VI. nos valores ofertados estão inclusos todos os tributos e despesas com materiais e mão de obra, seja qual for a sua natureza, incluindo, fretes, seguros, encargos sociais, trabalhistas e fiscais, ISS, despesas de viagem, locomoção, permanência, alimentação e quaisquer outras, segundo a legislação em vigor, representando a compensação integral pela prestação dos serviços.

[redacted]

[redacted]

[redacted]

SARANDI

GOVERNO MUNICIPAL

TERMO DE REFERÊNCIA

ANEXO III

OBJETO

Contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda para atender a demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO
Departamento de Licitações
licitacao@sarandi.pr.gov.br
(44) 3264-8600

SUMÁRIO

1 CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO 3

Objeto 3

Materiais a serem disponibilizados 4

Há legislação especial que deve ser considerada neste processo? 5

Recebimento do objeto 5

Garantia do objeto 5

2 FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO 6

3 DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO 6

4 REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO 6

Sustentabilidade 6

5 MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO 7

Procedimentos de transição e finalização do contrato 8

6 MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO 9

7 ASPECTOS CONTRATUAIS 9

Condições pré-contratuais 9

Garantia da contratação 10

Subcontratação 10

Vigência do contrato 10

Reajuste 11

Obrigações do Contratante 11

Obrigações da Contratada 11

Sanções administrativas 11

8 CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO 11

Critérios de Medição 11

Critérios de Pagamento 12

9 FORMAS E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR 12

00267

Metodologia 12
Classificação do Objeto 12
Da Participação 13
Tratamento diferenciado para MPE 14
Regime de execução 14
Forma de contratação 14
Exigências para Habilitação 14
Habilitação jurídica 14
Habilitação fiscal, social e trabalhista 15
Qualificação Econômico-Financeira 16
Qualificação Técnica 17
10 ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO 18
11 ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA 18
12 DISPOSIÇÕES FINAIS 19

00268

1 CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

OBJETO

1.1 Contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda para atender a demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos, nos termos da(s) tabela(s) abaixo, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

ITEM	CÓD.	DESCRIÇÃO	QUANT.	UNID.	VALOR UNIT.	TOTAL
1	52465	CONTRATACAO DE SERVICOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	1	SERVIÇOS	R$ 3.000.000,00	R$ 3.000.000,00

Tabela 1

1.2 Para fins deste Termo de Referência a Prefeitura do Município de Sarandi/PR será, doravante, denominada "**PMS**" ou "Contratante".

1.3 O objetivo da presente contratação é a obtenção dos **Serviços de Publicidade e Propaganda** para a **PMS** ao longo de toda a vigência contratual.

1.3.1 Consideram-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objeto 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 atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, promover e difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e informar o público em geral.

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

I. à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

II. ao planejamento e execução de pesquisas e 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, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública da **PMS**;

III. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.4.1 O planejamento, previsto como serviço complementar, tem como objetivo subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) quanto nos digitais (on-line), visando ao alcance dos objetivos de

comunicação e à superação dos desafios apresentados, devendo prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização dos resultados.

1.4.2 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.4 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Administração Municipal de Sarandi/PR, 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 a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.5 Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.5.1 Não se incluem no conceito de patrocínio, o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículos de divulgação.

1.6 A Agência de Propaganda contratada atuará por ordem e conta da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, em conformidade com o Art. 3º da Lei Federal n.º 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução dos Serviços Complementares e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.7 Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) Agência de Propaganda.

MATERIAIS A SEREM DISPONIBILIZADOS

1.8 Será de responsabilidade da Contratada, prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, microcomputadores, softwares, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

00270

HÁ LEGISLAÇÃO ESPECIAL QUE DEVE SER CONSIDERADA NESTE PROCESSO?

1.9 Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei nº 14.133/2021 e Lei nº 4.680/1965.

RECEBIMENTO DO OBJETO

1.10 O Recebimento do objeto seguirá, no que couber, o contido na Instrução Normativa nº 17/2023 – Controladoria Geral do Município de Sarandi.

1.11 Os serviços devem ser recebidos provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico, no prazo de 4 (quatro) dias.

1.12 Cabe ao fiscal do Contrato avaliar o caso concreto para o fim de fixar prazo para as correções.

1.13 Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 4 (quatro) dias, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais. Na hipótese da referida verificação não ser procedida dentro do prazo fixado, reputar-se-á como realizada, consumando-se o recebimento definitivo no dia do esgotamento do prazo.

1.14 O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do fornecimento do objeto ou do serviço, nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato, nos limites estabelecidos pela lei ou pelo contrato.

1.15 Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando estiverem em desacordo com as especificações constantes do termo de referência, da proposta ou do contrato, podendo ser fixado pelo fiscal do contrato, avaliado o caso concreto, um prazo para a substituição do bem, ou o refazimento do serviço, à custa do contratado, e sem prejuízo da aplicação das penalidades.

GARANTIA DO OBJETO

1.16 O prazo de garantia é aquele estabelecido na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

00271

2 FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

2.1 A Fundamentação da Contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares.

2.2 Até o presente momento, este Município não possui Plano de Contratações Anual – PCA.

3 DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

3.1 A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico específico do Estudo Técnico Preliminar.

4 REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1 Os serviços objeto desta Concorrência, deverão ser prestados exclusivamente por agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n. 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

4.1.1 O certificado de qualificação técnica de que trata o artigo 4º e seu parágrafo 1º, da lei 12.232/2010 deverá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda.

SUSTENTABILIDADE

4.2 Sempre que possível, deverá utilizar materiais recicláveis e proveniente de materiais reciclados e biodegradáveis.

4.3 A Contratada deverá respeitar as normas e princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, adotando, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, na forma do disposto no artigo 144 da lei 14.133/21.

4.4 A Contratada deverá ainda, respeitar as Normas Brasileiras (NBR) publicadas pela ABNT sobre resíduos sólidos, sempre que aplicável.

00272

5 MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

5.1 A agência será responsável pela criação de conteúdo, incluindo textos, imagens e vídeo, alinhados com as diretrizes da PMS. Essa criação englobará a concepção das peças publicitárias e a realização de todas as etapas para o desenvolvimento das campanhas, supervisionando atividades internas e intermediando com fornecedores externos, tais como produtoras de vídeo, som, gráficas, digitais e outras, para garantir qualidade e conformidade das entregas com as especificações exigidas.

5.2 Na execução das campanhas, a agência atuará na intermediação com veículos de mídia, como televisão, rádio, jornais, redes sociais e mídias alternativas, selecionando os mais adequados para cada campanha e monitorando a veiculação para assegurar o alcance do público-alvo. Esse acompanhamento permitirá ajustes em tempo real, garantindo a eficácia na transmissão das mensagens.

5.3 Os serviços objeto da contratação serão executados e entregues, mediante demanda, na forma de execução indireta.

5.4 A cada ação publicitária a ser realizada, a Contratante encaminhará previamente um briefing específico com as informações para análise e elaboração do plano de execução pela Contratada.

5.5 A execução do contrato será realizada em etapas sequenciais, assim distribuídas:

a) Planejamento estratégico pela agência, que realizará levantamento das necessidades da **PMS**, analisará o público-alvo e definirá as estratégias de comunicação;

b) Apresentará relatório contendo as diretrizes para as ações publicitárias;

c) Criação das peças publicitárias, com definição, pela Contratada, dos respectivos prazos para execução;

d) Apresentadas as peças publicitárias e os prazos propostos para execução, a **PMS** deverá manifestar-se, por escrito, quanto à aprovação ou à necessidade de ajustes, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis;

   i. Poderá haver prazo de reajuste diferenciado, a depender da complexidade, se autorizado formalmente pela **PMS**.

e) Execução das campanhas publicitárias através dos meios definidos, conforme planejamento de mídia aprovado pela **PMS**;

f) Acompanhamento da campanha pela contratada, que apresentará relatórios à **PMS** sobre a divulgação da campanha;

g) Encerramento da campanha, com relatório final contendo a análise dos resultados alcançados e o desempenho das ações publicitárias.

00273

i. Poderá a contratada recomendar a realização de pesquisas sobre o resultado da campanha.

5.6 **PMS** e Contratada procurarão realizar reuniões periódicas para acompanhar a execução dos trabalhos e alinhamento de estratégias.

5.6.1 Essas reuniões poderão ser presenciais ou de forma digital.

5.6.1.1 Em relação à seleção de fornecedores externos de serviços especiais, deverão ser aplicadas as disposições do artigo 14 e parágrafo 1º. da lei 12.232/2010, com a obtenção, pela contratada, de no mínimo três orçamentos de empresas previamente cadastradas na Contratante, de igual nível técnico, cabendo à Contratante a escolha do fornecedor a ser contratado.

5.6.2 Os custos e despesas de produção e veiculação apresentadas à **PMS** para pagamento, de serviços próprios ou terceiros, 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, conforme o Art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.6.2.1 Pertencem à **PMS** 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 pelo veículo de divulgação.

5.6.3 As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados, conforme Art. 16 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.6.4 Os serviços e bens deverão ser entregues nas condições e exigências previstas neste termo. Caso não seja possível a entrega no prazo estipulado, a empresa deverá comunicar as razões respectivas com pelo menos 5 (cinco) dias úteis de antecedência para que qualquer pleito de prorrogação do prazo seja analisado, ressalvadas situações de caso fortuito ou força maior.

PROCEDIMENTOS DE TRANSIÇÃO E FINALIZAÇÃO DO CONTRATO

5.7 A Contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso, conforme Art. 17 da Lei Federal nº 12.232/2010.

00274

6 MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

6.1 O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

6.2 Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

6.3 A responsabilidade pelo acompanhamento, fiscalização e gestão da execução do objeto contratual caberá ao Gabinete do Prefeito, que deverá adotar as providências necessárias para assegurar o fiel cumprimento das obrigações assumidas pela Contratada.

6.4 As comunicações entre o órgão ou entidade e a Contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.5 O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

6.6 A gestão e fiscalização do instrumento contratual seguirá, no que couber, o contido na Instrução Normativa nº 17/2023 – Controladoria Geral do Município de Sarandi.

6.7 No quadro abaixo, são os indicados para gestão e fiscalização do instrumento contratual:

	Nome	Matrícula
Gestor:	Será(ão) indicado(s) no processo.	
Gestor:	Será(ão) indicado(s) no processo.	
Fiscal:	Será(ão) indicado(s) no processo.	

7 ASPECTOS CONTRATUAIS

CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

7.1 Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Termo de Referência e em seus anexos, bem como os elementos

00275

apresentados pelas respectivas Licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

GARANTIA DA CONTRATAÇÃO

7.2 Não haverá exigência da garantia da contratação dos art. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, visando reduzir os custos operacionais e burocráticos das agências e ampliando a competitividade do certame. Isso atrai um maior número de participantes qualificados e garante propostas mais inovadoras para a campanha. Em mesma toada, por se tratar de uma contratação de serviços predominantemente intelectuais e criativos, entende-se que o risco de inadimplência inicial é baixo, descaracterizando a necessidade supracitada.

SUBCONTRATAÇÃO

7.3 Não será permitida a subcontratação do objeto deste Termo de Referência.

7.3.1 Destaca-se que a contratação de serviços complementares, a veiculação e a distribuição de mídia junto a terceiros não configuram subcontratação, mas sim intermediação técnica, cujas aquisições e reservas são formalizadas pela Contratada em benefício e no interesse da **PMS**.

Justificativa:

A vedação justifica-se pela natureza integrada e estratégica dos serviços de publicidade, os quais exigem execução centralizada e coordenação contínua por parte da agência contratada, conforme a sistemática estabelecida pela Lei Federal nº 12.232/2010. Trata-se de atividades que envolvem planejamento, criação, produção, supervisão e distribuição de ações publicitárias de forma interdependente, de modo que a fragmentação da execução poderia comprometer a unidade técnica, a coerência das campanhas e a padronização da comunicação institucional.

Além disso, a subcontratação ampliada dificultaria a fiscalização contratual pela Administração, enfraqueceria a rastreabilidade dos serviços executados e poderia gerar riscos à eficiência e ao controle dos gastos públicos, razão pela qual se mostra mais adequada a execução direta e integral do objeto pela agência contratada, garantindo maior governança, responsabilidade e aderência ao interesse público.

VIGÊNCIA DO CONTRATO

7.4 O prazo de vigência da contratação é de **12 (doze) meses,** contados da publicação do contrato no Portal Nacional de Contratação Públicas (PNCP), prorrogável por até 10 (dez) anos, com fulcro no Art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.5 O contrato ou instrumento hábil que o substitui oferecerá maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

00276

REAJUSTE

7.6 Os preços inicialmente contratados são fixos e irreajustáveis no prazo de um ano contado da data da assinatura do Contrato.

7.7 Em caso de reajuste de preços dos serviços executados diretamente pela Contratada (honorários e serviços internos), aplicar-se-á o Índice Nacional de Preços ao Consumidor – INPC.

OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

7.8 Além das obrigações constantes neste Termo, as obrigações do Contratante são aquelas apresentadas no instrumento contratual ou equivalente.

OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

7.9 Além das obrigações constantes neste Termo, as obrigações da Contratada são aquelas apresentadas no instrumento contratual ou equivalente.

SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

7.10 As sanções administrativas são aquelas apresentadas no instrumento contratual ou equivalente.

8 CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO

8.1 Os critérios de medição e de pagamento serão estabelecidos de forma clara e objetiva, visando garantir que a execução do contrato seja realizada conforme as condições acordadas e os resultados esperados.

8.2 A medição da execução dos serviços será realizada com base nas entregas de campanhas publicitárias, sejam elas de mídia eletrônica, digital, impressas ou outros formatos acordados.

8.3 O cumprimento dos prazos será monitorado de acordo com o cronograma estabelecido no contrato. Caso haja atrasos ou descumprimentos, deverá ser realizada análise para adotar medidas corretivas necessárias, se for o caso.

00277

8.4 O recebimento e a aceitação deste objeto obedecerão ao disposto no art. 140 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, no que lhes for aplicável, conforme previsto no tópico "Recebimento do Objeto" deste termo.

Critérios de Pagamento

8.5 Para remuneração da agência são adotadas as disposições do art. 11 da Lei. nº 4.680/65, art. 11 do Decreto nº 57.690/66, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária que estabelecem os preços de mercado, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto nº 4563/2002.

8.6 Demais condições para liquidação e pagamento são as apresentadas no instrumento contratual ou equivalente.

9 FORMAS E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

Metodologia

9.1 O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma PRESENCIAL, com adoção do critério de julgamento e adjudicação por MELHOR TÉCNICA E PREÇO.

Classificação do Objeto

9.2 O serviço almejado nesta contratação enquadra-se como serviço especial.

Justificativa:

Nos termos do art. 6º, inciso XIV, da Lei Federal nº 14.133/2021, considerам-se bens e serviços especiais aqueles que, por sua alta heterogeneidade ou complexidade, não podem ser descritos na forma do inciso XIII do mesmo artigo, sendo exigida justificativa prévia do contratante.

O serviço almejado nesta contratação enquadra-se como serviço especial, por envolver atividades intelectuais, técnicas, criativas e estratégicas, relacionadas ao estudo, planejamento, concepção, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de ações publicitárias.

Em razão de sua natureza heterogênea e complexa, o objeto não se limita a padrões usuais de mercado que permitam sua adequada definição como serviço comum, exigindo análise qualitativa das propostas, especialmente quanto à estratégia de comunicação, capacidade criativa, adequação técnica das soluções apresentadas e compatibilidade com os objetivos institucionais da Administração.

Assim, o enquadramento como serviço especial mostra-se adequado e justificado, sem prejuízo da previsão, no edital, de critérios objetivos para avaliação das propostas, julgamento, habilitação e execução contratual.

00278

DA PARTICIPAÇÃO

9.3 Nesta licitação será vedada a participação de:

- ✓ Empresas reunidas em consórcio;
- ✓ Pessoa física;
- ✓ Cooperativas.

Justificativa vedação Pessoa Física:

Considerando a natureza específica do objeto, a contratação deverá restringir-se à participação de pessoas jurídicas caracterizadas como agências de propaganda, nos termos da legislação aplicável. Isso porque o art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece que os serviços de publicidade previstos na referida norma serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

No mesmo sentido, o Decreto Federal nº 57.690/1966 conceitua agência de propaganda como pessoa jurídica especializada nos métodos, na arte e na técnica de publicitários, razão pela qual não se mostra compatível com o objeto a participação de pessoa física.

Justificativa vedação à participação em consórcio:

Também fica vedada a participação de empresas reunidas em consórcio, nos termos do art. 15 da Lei Federal nº 14.133/2021, mediante a presente justificativa técnica.

A vedação justifica-se pela natureza integrada e estratégica dos serviços de publicidade, os quais demandam atuação direta, contínua e centralizada da agência responsável pelo planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias.

A participação em consórcio poderia gerar maior complexidade na definição de responsabilidades, no controle técnico das campanhas, na fiscalização da execução contratual e nos procedimentos administrativos e financeiros, especialmente quanto à apuração de responsabilidades e aos pagamentos.

Considerando que o objeto não apresenta complexidade ou dimensão que exija a reunião de empresas para viabilizar sua execução, a vedação mostra-se adequada, proporcional e compatível com os princípios da eficiência, economicidade e segurança jurídica.

Justificativa vedação à participação de cooperativas:

Nos termos do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010, os serviços de publicidade previstos na referida norma devem ser contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

Embora o art. 16 da Lei Federal nº 14.133/2021 admita a participação de profissionais organizados sob a forma de cooperativa em licitações, tal possibilidade está condicionada à compatibilidade entre o objeto licitado e a organização cooperativa. No presente caso, o objeto demanda atuação estruturada, integrada e centralizada de agência de propaganda, responsável pelo planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias, nos termos da legislação específica aplicável.

Assim, considerando que a contratação tem por objeto serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, não se mostra compatível a participação de cooperativas ou profissionais organizados sob a forma de cooperativa, por não atenderem à configuração jurídica e técnica exigida pela Lei Federal nº 12.232/2010

00279

TRATAMENTO DIFERENCIADO PARA MPE

9.4 Não haverá a realização deste processo exclusivamente para participação de empresas de pequeno porte especificado no inciso I e estabelecimento da divisão em cotas especificado no inciso III, ambos do do art. n.º 48 da Lei Complementar n.º 123/06.

Justificativa:
No que se refere ao tratamento diferenciado às microempresas e empresas de pequeno porte, não será adotada licitação exclusiva, uma vez que o valor estimado da contratação supera o limite previsto no art. 48, inciso I, da Lei Complementar nº 123/2006. Ressalta-se que tal disposição não impede a participação de microempresas e empresas de pequeno porte no certame, mas apenas afasta a obrigatoriedade de realização de procedimento exclusivo.
Do mesmo modo, não se aplica a reserva de cota prevista no art. 48, inciso III, da Lei Complementar nº 123/2006, por se tratar de contratação de serviço de publicidade prestado por intermédio de agência de propaganda, objeto de natureza integrada, técnica, intelectual e executado sob demanda, e não de aquisição de bens de natureza divisível.

REGIME DE EXECUÇÃO

9.5 Os produtos e serviços constantes deste Termo de Referência serão executados e entregues na forma de execução indireta.

FORMA DE CONTRATAÇÃO

9.6 A contratação se dará na forma de:

☐ Sistema Registro de Preços.

☒ Contrato.

EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO

9.7 Para fins de habilitação, deverá o interessado comprovar os seguintes requisitos:

Habilitação jurídica

9.7.1 Para fins de HABILITAÇÃO JURÍDICA, deverá o interessado apresentar, conforme o caso, os seguintes documentos:

I. empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

II. microempreendedor Individual – MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual – CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à

00280

verificação da autenticidade no sítio https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt br/empreendedor;

III. sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada – EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

IV. sociedade empresária estrangeira: portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020;

V. sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

9.7.2 Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

Habilitação fiscal, social e trabalhista

9.7.3 Para fins de HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA, deverá a Licitante apresentar, conforme o caso, os seguintes documentos:

I. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;

II. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional;

III. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

IV. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

00281

V. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Municipal ou Distrital relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

VI. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal ou Distrital do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre.

a. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

9.7.4 O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

Qualificação Econômico-Financeira

9.7.5 Para fins de QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA, deverá a Licitante apresentar, conforme o caso, os seguintes documentos:

I. certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor;

II. balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, comprovando, índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um), obtidos por meio da aplicação das seguintes fórmulas:

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

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

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

9.7.6 Caso a empresa interessada apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC),

00282

será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo de 10% do valor total estimado da contratação.

9.7.7 Os indicadores fixados acima deverão ser atingidos em cada um dos dois últimos exercícios sociais, sob pena de inabilitação.

9.7.8 Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos;

9.7.9 Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital – ECD ao Sped.

9.7.10 As empresas criadas no exercício financeiro da licitação/contratação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.

9.7.11 O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

Justificativa para exigência de qualificação econômico-financeira (art. 18, IX da L14133/21):
A exigência de comprovação da capacidade econômico-financeira justifica-se pela necessidade de verificar se o licitante possui condições adequadas para firmar com esta Administração Municipal, o Contrato, assegurando a execução regular e sustentável das futuras contratações dela decorrentes.

Qualificação Técnica

9.7.12 Para fins de QUALIFICAÇÃO TÉCNICA, deverá a Licitante apresentar o seguinte documento:

I. Comprovação de aptidão para execução de serviços similares, de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior à do objeto desta contratação, por meio da apresentação de certidões ou atestados emitidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou pelo conselho profissional competente.

   a. Para fins de comprovação de que trata o inciso acima, o atestado deverá dizer a respeito a contratos executados de Serviços de Publicidade e Propaganda, de no mínimo 10% do valor total do Edital.

   b. Serão admitidos, para fins de comprovação do valor mínimo exigido, a apresentação e o somatório de diferentes atestados relativos a contratos executados de forma concomitante.

   c. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.

00283

II. 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;

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

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

Justificativa para exigência de Qualificação Técnica (art. 18, IX da L14133/21):
A exigência supramencionada visa o atendimento da Lei Federal nº 12.232/2010 e pela necessidade de comprovar que a agência possui aptidão prática e experiência operacional em campanhas de complexidade equivalente, mitigando os riscos de inexecução do objeto e garantindo a eficiência da comunicação pública.

10 ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

10.1 A **PMS** se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

10.2 O valor da contratação decorrente deste processo está estimado em R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), pelos 12 (doze) meses de vigência, conforme justificativa apresentada no Estudo Técnico Preliminar, parte integrante deste processo.

11 ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11.1 Previsão orçamentária para contratação, conforme Solicitação de Despesa n.º 6829/2026.

11.2 A Rubrica orçamentária para contratação estará na Solicitação de Despesa parte deste processo.

11.3 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento do Município.

11.3.1 Os recursos são de Transferências Voluntárias Federal para o Município? Não.

11.4 A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

00284

12 DISPOSIÇÕES FINAIS

12.1 As informações contidas neste Termo de Referência não são classificadas como sigilosas

- 00285

SARANDI

GOVERNO MUNICIPAL

ANEXO IV – BRIEFING

ANEXO IV

OBJETO

Contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda para atender a demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos

00286

SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO
Departamento de Licitações
licitacao@sarandi.pr.gov.br
(44) 3264-8600

OBJETO

Contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda para atender a demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR.

CONTEXTUALIZAÇÃO

Sarandi, localizada na região Norte do Paraná, integra a Região Metropolitana de Maringá. Está a aproximadamente de 430 quilômetros da capital paranaense. Tem posição geográfica estratégica, próxima a importantes eixos viários, como a BR-376. Comércio varejista, supermercados, serviços e construção civil são motores importantes da economia da cidade. O setor industrial segue em desenvolvimento, com um papel importante e projetos que podem ampliar o protagonismo nos próximos anos.

O PIB per capita, com base em dados de 2021, situava-se em torno de R$ 20.960,43. O IDHM, segundo o censo de 2010, era de 0,695. Sarandi mantém uma dinâmica de crescimento econômico, a proximidade com Maringá influencia diretamente o desenvolvimento urbano, econômico e social da cidade, que está passando por um processo de crescimento demográfico acelerado e forte expansão imobiliária.

A população tinha em 2022, mais de 118 mil habitantes, se destacando como uma das que mais cresce no Paraná. Estudos do Ipardes indicam que Sarandi deve ter um aumento de 61% na população até 2050, ultrapassando 190 mil pessoas, o que demonstra uma rápida expansão urbana e populacional.

Sarandi funciona, em grande parte, como uma cidade-dormitório e, ao mesmo tempo, um polo comercial independente, o que aumenta a competitividade e o trânsito de pessoas na região. Considerando esse volume populacional atual e as projeções de crescimento, a questão ambiental é fator importante na vida do município. Neste sentido, mesmo diante de vários esforços a segregação do lixo ainda não é satisfatória, e por conseguinte, o volume de material reciclável deixa a desejar. Isso, associado ao crescimento da cidade, torna a questão do lixo prioridade.

Portanto incentivar e promover a segregação correta dos resíduos, orientando a população sobre a separação entre lixo orgânico, reciclável e rejeitos é tarefa urgente em Sarandi. A prática reduzirá a quantidade de resíduos destinados ao aterro sanitário, prolongando a sua vida útil e diminuindo os impactos ambientais, como a contaminação do solo, da água e do ar.

O descarte adequado do lixo é uma responsabilidade compartilhada. Devido ao fechamento temporário do Ecoponto, a prefeitura está disponibilizando mecanismos para quem quiser descartar corretamente os inservíveis. Tais solicitações podem ser feitas com

00287

agendamento. Equipes do Meio Ambiente farão o recolhimento de até 3 itens por chamada. Não serão retirados entulho, materiais contaminados e nem lixo doméstico. Em casos de mudança e reforma, a responsabilidade pela destinação correta dos inservíveis é do proprietário do imóvel. O serviço pode ser solicitado na ouvidoria pelo telefone 0800-115-5050 ou ainda pelo telefone (44) 3126-9686.

A prefeitura também tem realizado a fiscalização de práticas irregulares, como o descarte em vias públicas, terrenos baldios e áreas naturais. Ao incentivar a coleta seletiva junto a população e apoiar cooperativas de catadores, a prefeitura promove também a geração de emprego e renda, ao mesmo tempo em que fortalece a economia circular. A reciclagem reduz a extração de recursos naturais, economiza energia e ajuda a construir uma cidade mais sustentável e socialmente justa.

Manter a cidade limpa sem lixo é essencial para a qualidade de vida de todos. Não é só uma questão de estética, os benefícios vão além disso. Lixo acumulado atrai ratos, baratas, mosquitos aumentando o risco de doenças como a dengue por exemplo. O lixo jogado nas ruas, entope bueiros e canais de esgotamentos, colaborando para as enchentes e alagamentos e preserva o meio ambiente.

Quando as pessoas separam o lixo, facilita a reciclagem e reduz a quantidade de resíduos que vão parar em lixões e aterros, evitando poluição do solo, da água e do ar. Uma cidade limpa é mais agradável para viver, valoriza a cidade e atraem mais comércio, além de valorizar os imóveis.

Fortalece o senso de cidadania, demonstra o cuidado coletivo. Separar o lixo é um hábito simples que somado ao esforço de muita gente, faz uma diferença enorme para as próximas gerações.

Uma campanha educativa é fundamental para conscientizar a população sobre a importância do cuidado com o lixo e do consumo responsável.

Ela deve promover uma mudança de comportamento da população, aumentando a separação correta e o encaminhamento do lixo reciclável ("lixo seco").

OS OBJETIVOS COM A CAMPANHA SÃO

- Aumentar a adesão à coleta seletiva nos bairros atendidos;
- Ensinar de forma simples o que é reciclável e o que não é;
- Reduzir o envio de recicláveis ao aterro sanitário;
- Valorizar cooperativas e catadores; e
- Criar consciência ambiental na prática.

00288

TOM DE COMUNICAÇÃO

- Simples;
- Próximo;
- Didático; e
- Positivo (sem culpa ou bronca).

PÚBLICO-ALVO

A população fixa e circulante de Sarandi.

PRAÇA

A praça da campanha de Sarandi. É desejável que a campanha de alguma forma, impacte também Maringá considerando o alto fluxo entre as duas cidades.

VERBA REFERENCIAL

A campanha deve ter duração de 30 dias, com um montante de R$250.000,00.

CANAIS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

O município de Sarandi dispõe de canais oficiais para promover e divulgar informações à população:

Site oficial (portal + notícias): página principal e seção de notícias para publicações, releases e informes, sendo o endereço: www.sarandi.pr.gov.br

Rede Sociais institucionais

Instagram: @prefeiturasarandi (post, reels, stories)

Facebook: https://www.facebook.com/prefeiturasarandi - página, vídeos, notícias e comunicados.

Youtube: @prefeituradomunicipiodesar1555 – vídeos institucionais e transmissões

Ouvidoria: 0800 115 5050 – canal oficial para solicitações, denúncias, elogios e informações:
Central de serviços online, protocolos e autoatendimento:

00289

https://www.sarandi.pr.gov.br/web/index.php/secretarias/controladoria-geral/ouvidoria-municipal-sdi

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

link com o manual da marca da prefeitura de Sarandi e brasão:

https://sarandi.eloweb.net/portaltransparencia-api/api/files/arquivo/349784192

https://www.sarandi.pr.gov.br/web/index.php/artes-e-logos

00290

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1 APRESENTAÇÃO

O presente estudo tem por finalidade examinar os aspectos fundamentais relacionados ao processo licitatório para a contratação de serviços de publicidade, executados por meio de agência de propaganda, com o objetivo de suprir de maneira eficaz as demandas de comunicação institucional e publicitária da Prefeitura Municipal de Sarandi, Estado do Paraná, assegurando maior eficiência, conformidade e segurança na prestação dos serviços, bem como prevenindo possíveis divergências em relação à legislação e às normas pertinentes.

2 DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Sarandi/PR possui a necessidade permanente de garantir à população o acesso amplo, claro e transparente às informações relacionadas às ações governamentais, aos serviços públicos, às campanhas educativas, aos programas institucionais, às orientações de interesse coletivo e às demais atividades desenvolvidas pela Administração Municipal.

A comunicação pública representa instrumento indispensável para assegurar a efetividade do princípio constitucional da publicidade, previsto no art. 37 da Constituição Federal, permitindo que os atos administrativos, as políticas públicas e as informações de interesse social sejam devidamente divulgados e compreendidos pela sociedade. Além disso, constitui mecanismo fundamental para o fortalecimento da transparência, da participação cidadã e da aproximação entre o Poder Público e a população.

O Município desenvolve atividades em diversas áreas essenciais, tais como saúde, educação, assistência social, mobilidade urbana, meio ambiente, cultura, segurança e infraestrutura, as quais demandam ações de comunicação contínuas, acessível e eficiente com diferentes públicos. A ausência de divulgação adequada pode comprometer o conhecimento da população acerca dos serviços disponíveis, campanhas preventivas, ações emergenciais, programas sociais, prazos administrativos e demais informações relevantes ao interesse público.

Observa-se, ainda, a crescente necessidade de utilização de múltiplos canais de comunicação, inclusive meios digitais, redes sociais, campanhas institucionais e materiais informativos, considerando as mudanças nos hábitos de consumo de informação pela sociedade e a necessidade de ampliar o alcance das informações públicas.

A Administração Municipal também necessita assegurar padronização na comunicação institucional, linguagem adequada aos diferentes segmentos da população e ampla

disseminação das informações oficiais, de modo a evitar ruídos de comunicação, desinformação e dificuldade de acesso aos conteúdos de interesse coletivo.

Além disso, há necessidade de promover campanhas educativas e informativas relacionadas à saúde pública, conscientização social, educação no trânsito, preservação ambiental, vacinação, prevenção de doenças, utilização de serviços públicos e outras ações voltadas ao interesse da coletividade, exigindo planejamento e comunicação contínua para garantir efetividade e alcance social.

Nesse contexto, evidencia-se a necessidade pública e administrativa de estruturar e fortalecer as ações de comunicação institucional do Município, visando assegurar maior transparência governamental, efetividade na divulgação das políticas públicas e adequado atendimento ao interesse público.

Cumpre informar que, no ano de 2025, foi realizada a Concorrência Pública Presencial nº 04/2025, de objeto de natureza semelhante ao da presente contratação. Todavia, o referido certame foi anulado no curso de sua tramitação, não tendo alcançado sua finalidade, tampouco possibilitado a contratação dos serviços pretendidos, em razão da necessidade de saneamento de aspectos procedimentais identificados à época.

Posteriormente, no exercício de 2026, foi instaurado novo procedimento licitatório com a mesma finalidade, a Concorrência Pública nº 03/2026. Contudo, o certame também não resultou na contratação pretendida, tendo sido revogado no curso de sua tramitação, diante de necessidades de adequação e ajustes técnicos e administrativos identificados pela Administração Pública.

Diante do histórico administrativo verificado e da persistência da necessidade institucional de contratação de serviços de publicidade, evidencia-se a necessidade de continuidade das medidas administrativas voltadas à adequada estruturação de novo procedimento licitatório, com o objetivo de viabilizar a regular contratação dos serviços e assegurar a manutenção das ações de comunicação institucional do Município de Sarandi, em estrita observância aos princípios da legalidade, eficiência e do interesse público.

Nesse contexto, considerando as demandas identificadas e a relevância da comunicação institucional para a divulgação das ações, programas, campanhas, serviços e políticas públicas desenvolvidas pela Administração Municipal, resta demonstrada a necessidade de instauração de novo certame licitatório, de modo a garantir a continuidade das atividades de comunicação, o fortalecimento da transparência administrativa e o pleno atendimento ao interesse público, observando-se os princípios constitucionais da Administração Pública, especialmente os da legalidade, publicidade, eficiência, impessoalidade e economicidade.

Área requisitante e responsável:

00292

Área	Gabinete do Prefeito.
Responsável	Fabio de Oliveira Bernado.
Matrícula	10115
Telefone	(44) 3264-8600
E-mail	gap@sarandi.pr.gov.br

3 PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

Até o presente momento, o Município de Sarandi/PR não possui Plano de Contratações Anual – PCA formalmente instituído e regulamentado.

Dessa forma, a presente demanda foi identificada a partir das necessidades administrativas verificadas pela unidade competente, considerando a importância da continuidade das ações institucionais e do adequado funcionamento das atividades de comunicação pública desenvolvidas pela Administração Municipal.

Ressalta-se, contudo, que a ausência do referido instrumento de planejamento não afasta a necessidade da contratação pretendida, uma vez que os serviços objeto deste estudo são essenciais para assegurar a divulgação de informações de interesse coletivo, a transparência administrativa e o atendimento das demandas institucionais do Município, observando-se os princípios da eficiência, da publicidade e do interesse público.

4 REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Requisitos gerais da contratação:

A presente contratação deverá observar as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 4.680/1965, da Lei Federal nº 14.133/2021 e demais normas aplicáveis aos serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

Para atendimento da necessidade identificada neste Estudo Técnico Preliminar, a solução contratada deverá ser executada por agência de propaganda apta a atuar na forma do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

Os serviços deverão ser executados com observância aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, economicidade e interesse público.

Quando necessária a atuação de fornecedores especializados para a execução de serviços complementares, deverão ser observados os procedimentos previstos na Lei Federal nº 12.232/2010, assegurando transparência, competitividade, economicidade e adequada aplicação dos recursos públicos.

00293

Além dos requisitos acima, faz-se necessário o atendimento integral das condições apresentadas no Termo de Referência e no futuro Edital, principalmente aquelas relacionadas à sua participação no processo licitatório, à habilitação e à futura contratação.

Participação restrita a pessoas jurídicas:

Considerando a natureza específica do objeto, a contratação deverá restringir-se à participação de pessoas jurídicas caracterizadas como agências de propaganda, nos termos da legislação aplicável. Isso porque o art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece que os serviços de publicidade previstos na referida norma serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

No mesmo sentido, o Decreto Federal nº 57.690/1966 conceitua agência de propaganda como pessoa jurídica especializada nos métodos, na arte e na técnica de publicitários, razão pela qual não se mostra compatível com o objeto a participação de pessoa física.

Tratamento diferenciado às microempresas e empresas de pequeno porte:

No que se refere ao tratamento diferenciado às microempresas e empresas de pequeno porte, não será adotada licitação exclusiva, uma vez que o valor estimado da contratação supera o limite previsto no art. 48, inciso I, da Lei Complementar nº 123/2006. Ressalta-se que tal disposição não impede a participação de microempresas e empresas de pequeno porte no certame, mas apenas afasta a obrigatoriedade de realização de procedimento exclusivo.

Do mesmo modo, não se aplica a reserva de cota prevista no art. 48, inciso III, da Lei Complementar nº 123/2006, por se tratar de contratação de serviço de publicidade prestado por intermédio de agência de propaganda, objeto de natureza integrada, técnica, intelectual e executado sob demanda, e não de aquisição de bens de natureza divisível.

Vedação à participação em consórcio:

Também fica vedada a participação de empresas reunidas em consórcio, nos termos do art. 15 da Lei Federal nº 14.133/2021, mediante a presente justificativa técnica.

A vedação justifica-se pela natureza integrada e estratégica dos serviços de publicidade, os quais demandam atuação direta, contínua e centralizada da agência responsável pelo planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias.

A participação em consórcio poderia gerar maior complexidade na definição de responsabilidades, no controle técnico das campanhas, na fiscalização da execução contratual e nos procedimentos administrativos e financeiros, especialmente quanto à apuração de responsabilidades e aos pagamentos.

Considerando que o objeto não apresenta complexidade ou dimensão que exija a reunião de empresas para viabilizar sua execução, a vedação mostra-se adequada, proporcional e compatível com os princípios da eficiência, economicidade e segurança jurídica.

Vedação à participação de cooperativas:

Também fica vedada a participação de profissionais organizados sob a forma de cooperativa, considerando a incompatibilidade dessa forma de organização com a natureza específica do objeto a ser contratado.

Nos termos do art. 4° da Lei Federal nº 12.232/2010, os serviços de publicidade previstos na referida norma devem ser contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

Embora o art. 16 da Lei Federal nº 14.133/2021 admita a participação de profissionais organizados sob a forma de cooperativa em licitações, tal possibilidade está condicionada à compatibilidade entre o objeto licitado e a organização cooperativa. No presente caso, o objeto demanda atuação estruturada, integrada e centralizada de agência de propaganda, responsável pelo planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias, nos termos da legislação específica aplicável.

Assim, considerando que a contratação tem por objeto serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, não se mostra compatível a participação de cooperativas ou profissionais organizados sob a forma de cooperativa, por não atenderem à configuração jurídica e técnica exigida pela Lei Federal nº 12.232/2010.

5 ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

Considerando a natureza dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, não se mostra possível estimar previamente, de forma exata e individualizada, a quantidade de campanhas, peças publicitárias, conteúdos digitais, inserções em mídia, ações de comunicação ou demais serviços complementares que serão demandados durante a vigência contratual.

A execução dos serviços ocorrerá conforme as necessidades institucionais da Administração Municipal, observadas as demandas das unidades administrativas, a conveniência e oportunidade das ações de comunicação, a disponibilidade orçamentária e o planejamento das campanhas de interesse público.

Dessa forma, a estimativa da contratação será estabelecida por valor global máximo, destinado a suportar a execução dos serviços de publicidade ao longo da vigência contratual, com base no histórico de demandas similares, na disponibilidade orçamentária, no planejamento institucional e nos documentos que instruem o processo, sem obrigação de

utilização integral do montante estimado, uma vez que as solicitações serão realizadas sob demanda, mediante prévia autorização da Administração e observância dos procedimentos previstos na Lei Federal nº 12.232/2010.

Ressalta-se que a adoção de valor global estimado não afasta a necessidade de controle, justificativa e acompanhamento de cada demanda executada, devendo a Administração avaliar previamente a pertinência, a finalidade pública, a adequação técnica e a compatibilidade dos custos de cada ação publicitária a ser realizada.

Assim, diante da impossibilidade técnica de quantificação prévia exata dos serviços a serem executados, a estimativa da necessidade será representada pelo valor máximo previsto para a contratação, cabendo à Administração gerir sua utilização conforme as demandas efetivamente aprovadas durante a execução contratual.

6 LEVANTAMENTO DE MERCADO

Nº	Solução
1	**Contratação de serviços de publicidade por intermédio de Agência de Propaganda:** Realização de processo licitatório aos moldes da Lei 12.232/2010, para obtenção dos serviços de publicidade para a Administração Municipal.

A presente solução consiste na realização de processo licitatório nos moldes da Lei Federal nº 12.232/2010, visando à contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade à Administração Municipal.

Para a definição da solução mais adequada, foram observados diversos processos similares, promovidos por órgãos de porte equivalente ao Executivo Municipal, bem como por entes públicos com maior infraestrutura administrativa e quadro de servidores mais amplo. Destacam-se, nessa cesta de observações:

- **Prefeitura do Município de Três Barras do Paraná** – Concorrência Presencial nº 03/2025;
- **Prefeitura do Município de Campo Mourão** – Concorrência nº 05/2023;
- **Prefeitura do Município de Apucarana** – Concorrência nº 04/2024;
- **Prefeitura do Município de Francisco Beltrão** – Tomada de Preços nº 15/2023;
- **Prefeitura do Município de Maringá** – Concorrência nº 27/2018;
- **Prefeitura do Município de Fortaleza** – Concorrência nº 003/2023;
- **Assembleia Legislativa do Estado do Paraná** – Concorrência nº 02/2024;

- **Governo do Estado do Paraná – Secretaria de Estado da Comunicação Social –** Concorrência nº 01/2016;
- **Governo do Estado do Paraná – Secretaria de Turismo** – Concorrência nº 01/2023;
- **Governo do Estado de Goiás – Secretaria de Estado da Retomada –** Concorrência Presencial nº 01/2024;
- **Ministério das Comunicações** – Concorrência – Edital nº 90003/2024.

Dessa forma, utilizando-se como referência os processos citados e a legislação aplicável, verifica-se que a solução mais adequada para a obtenção dos serviços de publicidade pela Administração Pública Municipal consiste na realização de licitação para contratação de agência de propaganda, nos moldes da Lei Federal nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei Federal nº 14.133/2021, da Lei Federal nº 4.680/1965 e das demais normas pertinentes.

7 ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

A estimativa do valor da contratação foi elaborada com fundamento no art. 23 da Lei Federal nº 14.133/2021, observando-se a compatibilidade com os valores praticados no mercado, as peculiaridades do objeto, a natureza sob demanda dos serviços de publicidade e os parâmetros obtidos em contratações públicas similares.

Para fins de aferição da razoabilidade do valor global estimado, foram considerados processos licitatórios de publicidade realizados por municípios com objetos semelhantes, utilizando-se como referência comparativa o valor máximo previsto em cada contratação, a população do respectivo ente e o valor aproximado por munícipe.

Foram utilizados como parâmetros os seguintes processos:

Item	Município	Ano do processo	Valor máximo (R$)	População	Valor por munícipe (aproximadamente)
1	Três Barras do Paraná	2025	300.000,00	11.135 (2022)	R$ 26,94
2	Campo Mourão	2023	1.900.000,00	99.432 (2022)	R$ 19,11
3	Apucarana	2024	3.200.000,00	130.134 (2022)	R$ 24,59
4	Francisco Beltrão	2023	1.300.000,00	96.666 (2022)	R$ 13,45
5	Maringá	2018	9.000.000,00	409.657 (2022)	R$ 21,97

O Município de Sarandi/PR, segundo o Censo Demográfico de 2022, possui população de 118.455 (cento e dezoito mil, quatrocentos e cinquenta e cinco) habitantes. Considerando o valor máximo estimado de R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), obtém-se o valor aproximado de R$ 25,33 (vinte e cinco reais e trinta e três centavos) por munícipe, conforme cálculo abaixo:

$$\frac{3.000.000,00}{118.455} \cong R\$\ 25,33$$

O parâmetro de valor por munícipe foi utilizado apenas como indicador auxiliar de razoabilidade, não constituindo critério único para definição do valor estimado. A estimativa também considera a natureza contínua e sob demanda dos serviços de publicidade, a necessidade de atendimento das diversas unidades administrativas do Município, a execução de campanhas institucionais, educativas e informativas, bem como a possibilidade de desenvolvimento de ações em diferentes meios de comunicação.

Ressalta-se que, em razão da natureza dos serviços de publicidade, não é possível definir previamente a quantidade exata de campanhas, peças, inserções, produções, pesquisas ou serviços complementares que serão demandados durante a vigência contratual. Assim, o valor global estimado representa limite máximo de despesa, a ser utilizado conforme as necessidades efetivamente autorizadas pela Administração, sem obrigação de execução integral do montante previsto.

Além disso, a execução dos serviços deverá observar os procedimentos previstos na Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente quanto à contratação de fornecedores especializados para atividades complementares, à apresentação de orçamentos quando cabível e ao controle dos custos de cada ação publicitária aprovada.

Dessa forma, considerando os parâmetros comparativos levantados, a faixa de valores por munícipe observada em contratações similares, às peculiaridades da comunicação institucional do Município de Sarandi/PR e a natureza sob demanda da execução contratual, entende-se que o valor máximo estimado de R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) mostra-se razoável e compatível com a solução pretendida.

8 DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Inicialmente, destaca-se que a Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece as normas gerais para licitações e contratações de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, definindo de forma detalhada o escopo dessas atividades.

Nos termos do art. 2º da referida lei, os serviços de publicidade compreendem um conjunto integrado de atividades voltadas ao estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos meios de divulgação, com a finalidade de informar o público em geral, difundir ideias ou promover bens e serviços.

Além das atividades principais, a legislação também contempla serviços complementares indispensáveis à execução do objeto contratual, conforme disposto no §1º do art. 2º, abrangendo: o planejamento e a realização de pesquisas e instrumentos de avaliação e conhecimento sobre mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas; a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários; e o desenvolvimento de soluções inovadoras de comunicação, alinhadas às novas tecnologias, com vistas à ampliação da efetividade das mensagens institucionais.

No que se refere à execução de atividades que envolvam fornecedores especializados, a legislação estabelece regras específicas para garantir transparência e controle dos gastos públicos. Nesse sentido, o art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010 dispõe que apenas pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Administração poderão fornecer bens ou serviços especializados relacionados às atividades complementares. Determina ainda que o contratado deverá apresentar, no mínimo, três orçamentos obtidos junto a fornecedores do mercado, garantindo maior competitividade e economicidade.

Dessa forma, a solução como um todo consiste na contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade institucional ao Município de Sarandi, a serem executados sob demanda, mediante prévia autorização da Administração, conforme as necessidades institucionais identificadas durante a vigência contratual.

A execução deverá observar rigorosamente as disposições legais aplicáveis, garantindo a correta prestação dos serviços de publicidade, a adequada gestão dos recursos públicos, o controle dos custos de cada ação publicitária e a conformidade com os princípios que regem a Administração Pública.

9 DO PARCELAMENTO DA SOLUÇÃO

Justificativa para o não parcelamento da solução:

A presente contratação de serviços de publicidade, a serem executados por intermédio de agência de propaganda, não comporta o parcelamento do objeto, uma vez que se trata de serviço de natureza predominantemente integrada e interdependente, cuja execução depende de fluxo contínuo e articulado entre suas diversas etapas.

Nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, os serviços de publicidade compreendem um conjunto orgânico de atividades que envolvem planejamento, criação, produção, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias, além de atividades complementares correlatas. Tais etapas estão intrinsecamente conectadas, de modo que sua fragmentação poderia comprometer a coerência estratégica das campanhas, a uniformidade da comunicação institucional e a adequada mensuração dos resultados.

O eventual fracionamento do objeto também poderia gerar aumento da complexidade operacional, com maior dificuldade de coordenação entre diferentes contratados, elevação dos

custos administrativos de gestão e fiscalização, além de riscos de sobreposição de esforços, retrabalho e perda de eficiência na execução das ações de comunicação pública.

Ademais, a centralização da execução em uma única agência contratada favorece a padronização da identidade institucional, a integração das estratégias de comunicação e a responsabilização clara pela entrega dos resultados, contribuindo para maior eficiência, economicidade e controle por parte da Administração Pública.

Ressalta-se, ainda, que não foram identificadas vantagens técnicas ou econômicas que justifiquem o parcelamento do objeto, tampouco prejuízo à competitividade do certame com a adoção da solução unificada. Pelo contrário, a contratação global mostra-se mais adequada à natureza do serviço, garantindo maior eficiência na gestão contratual e melhor atendimento ao interesse público.

Embora o art. 2º, §3º, da Lei Federal nº 12.232/2010 admita, mediante justificativa, a adjudicação do objeto a mais de uma agência de propaganda, essa opção exigiria a instituição de procedimento interno de seleção entre as contratadas, com metodologia previamente aprovada pela Administração e publicada em imprensa oficial, nos termos da legislação específica.

Considerando o porte da contratação, a demanda estimada do Município e a necessidade de simplificação da gestão, fiscalização e pagamento, entende-se que a contratação de uma única agência se mostra mais adequada, eficiente e proporcional ao atendimento do interesse público.

Dessa forma, conclui-se pela inviabilidade do parcelamento da solução, sendo técnica e administrativamente mais adequado o tratamento do objeto de forma integral e mediante contratação de uma única agência.

Critério de julgamento:

O critério de julgamento adotado para o presente certame será o de técnica e preço, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e com o art. 36, §1º, da Lei Federal nº 14.133/2021, considerando a natureza predominantemente técnica, intelectual, criativa e estratégica dos serviços de publicidade a serem contratados.

A pontuação das propostas observará a ponderação de 70% (setenta por cento) para a proposta técnica e 30% (trinta por cento) para a proposta de preço, conforme critérios objetivos a serem definidos no edital, em razão da relevância da qualidade técnica para o alcance dos resultados pretendidos pela Administração.

Tal proporção justifica-se porque a contratação de serviços de publicidade exige avaliação da estratégia de comunicação, da capacidade criativa, da adequação das soluções propostas, da experiência e da qualidade técnica apresentada pelas licitantes, sem afastar a necessária análise da vantajosidade econômica.

Dessa forma, busca-se garantir a contratação da proposta que apresente o melhor equilíbrio entre qualidade técnica e preço, assegurando maior eficiência na comunicação pública, melhor alcance das campanhas institucionais e atendimento mais efetivo ao interesse público.

Enquadramento como serviço especial:

Nos termos do art. 6º, inciso XIV, da Lei Federal nº 14.133/2021, consideram-se bens e serviços especiais aqueles que, por sua alta heterogeneidade ou complexidade, não podem ser descritos na forma do inciso XIII do mesmo artigo, sendo exigida justificativa prévia do contratante.

O serviço almejado nesta contratação enquadra-se como serviço especial, por envolver atividades intelectuais, técnicas, criativas e estratégicas, relacionadas ao estudo, planejamento, concepção, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de ações publicitárias.

Em razão de sua natureza heterogênea e complexa, o objeto não se limita a padrões usuais de mercado que permitam sua adequada definição como serviço comum, exigindo análise qualitativa das propostas, especialmente quanto à estratégia de comunicação, capacidade criativa, adequação técnica das soluções apresentadas e compatibilidade com os objetivos institucionais da Administração.

Assim, o enquadramento como serviço especial mostra-se adequado e justificado, sem prejuízo da previsão, no edital, de critérios objetivos para avaliação das propostas, julgamento, habilitação e execução contratual.

Forma de realização do certame:

A modalidade adotada para a presente contratação será a Concorrência Pública, considerando a natureza especial dos serviços de publicidade e propaganda a serem contratados, bem como o regime jurídico específico previsto na Lei Federal nº 12.232/2010.

Considerando que os serviços de publicidade possuem natureza predominantemente intelectual, técnica, criativa e estratégica, enquadram-se como serviços especiais, cuja contratação se compatibiliza com a modalidade Concorrência, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.

Dessa forma, conclui-se pela adoção da modalidade Concorrência, com critério de julgamento técnica e preço, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e com a Lei Federal nº 14.133/2021, assegurando a adequada avaliação técnica das propostas, a competitividade do certame e a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.

A realização do certame ocorrerá na forma presencial, em razão das peculiaridades procedimentais previstas na Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente quanto à

apresentação, guarda, abertura e julgamento dos invólucros contendo as propostas técnicas e de preços.

A forma presencial justifica-se pela necessidade de preservar o sigilo da autoria das propostas técnicas, em especial da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, que deve ser analisada pela Subcomissão Técnica sem qualquer elemento que permita a identificação da licitante. A realização presencial permite maior controle sobre o recebimento dos invólucros, a conferência de sua inviolabilidade, a abertura pública na ordem legalmente prevista e o registro formal dos atos praticados em sessão.

Assim, a adoção da forma presencial mostra-se necessária e adequada para assegurar a observância do rito especial da Lei Federal nº 12.232/2010, a imparcialidade do julgamento técnico, a isonomia entre os participantes, a transparência dos atos do procedimento e a segurança jurídica do certame.

Natureza continuada dos serviços:

Os serviços de publicidade institucional possuem natureza continuada, nos termos do art. 6º, inciso XV, da Lei Federal nº 14.133/2021, por estarem relacionados à manutenção permanente da comunicação da Administração Municipal com a população.

A divulgação regular de atos, campanhas, programas, orientações, serviços e demais informações de interesse público constitui necessidade prolongada da Administração, diretamente relacionada aos princípios da publicidade, transparência e eficiência. Trata-se de serviço que não se exaure em uma única entrega, pois demanda planejamento integrado, execução contínua e atualização das ações publicitárias conforme as necessidades institucionais do Município.

Assim, a contratação caracteriza-se como serviço contínuo, por atender a necessidade permanente da Administração Pública, cuja interrupção pode comprometer a divulgação de informações de interesse coletivo e a adequada comunicação institucional com a população, admitindo-se a previsão de vigência e prorrogação contratual nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021, desde que demonstrada a vantajosidade para a Administração e observadas as condições legais e contratuais aplicáveis.

Subcontratação:

Fica vedada a subcontratação. A vedação justifica-se pela natureza integrada e estratégica dos serviços de publicidade, os quais exigem execução centralizada e coordenação contínua por parte da agência contratada, conforme a sistemática estabelecida pela Lei Federal nº 12.232/2010. Trata-se de atividades que envolvem planejamento, criação, produção, supervisão e distribuição de ações publicitárias de forma interdependente, de modo que a fragmentação da execução poderia comprometer a unidade técnica, a coerência das campanhas e a padronização da comunicação institucional.

Além disso, a subcontratação ampliada dificultaria a fiscalização contratual pela Administração, enfraqueceria a rastreabilidade dos serviços executados e poderia gerar riscos à eficiência e ao controle dos gastos públicos, razão pela qual se mostra mais adequada a execução direta e integral do objeto pela agência contratada, garantindo maior governança, responsabilidade e aderência ao interesse público.

10 RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a presente contratação de serviços de publicidade, a serem executados por intermédio de agência de propaganda, busca-se alcançar resultados que contribuam diretamente para o fortalecimento da comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Sarandi, assegurando maior eficiência na divulgação das ações governamentais e no atendimento ao interesse público.

Espera-se, como resultado principal, a ampliação da transparência das atividades administrativas, com a divulgação clara, acessível e tempestiva de informações relacionadas a programas, campanhas, serviços e políticas públicas municipais, permitindo maior conhecimento e acompanhamento das ações da Administração por parte da população.

Pretende-se, ainda, melhorar a efetividade da comunicação pública, garantindo que as mensagens institucionais alcancem adequadamente os diferentes públicos-alvo, contribuindo para a conscientização da sociedade sobre temas de relevância coletiva, como saúde, educação, assistência social, mobilidade urbana, meio ambiente e demais áreas de atuação do Município.

Outro resultado esperado é o fortalecimento da relação entre o Poder Público e os cidadãos, promovendo maior aproximação institucional, incentivo à participação social e aumento da confiança da população nas ações governamentais, por meio de comunicação contínua, padronizada e coerente.

Busca-se também otimizar a utilização dos recursos públicos destinados à comunicação, assegurando maior racionalidade, planejamento e eficiência na aplicação das verbas de publicidade, em consonância com os princípios da Administração Pública, especialmente os da eficiência, economicidade e publicidade.

Por fim, almeja-se a consolidação de uma comunicação mais estratégica, integrada e alinhada às necessidades da Administração Municipal, contribuindo para a efetividade das políticas públicas e para o adequado atendimento do interesse coletivo.

11 PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

Previamente à celebração do contrato, deverão ser adotadas todas as providências administrativas e legais necessárias à adequada formalização da contratação, assegurando a conformidade do procedimento licitatório com a legislação vigente e com os princípios que regem a Administração Pública.

Inicialmente, deverá ser devidamente instruído o processo administrativo, com a consolidação do Estudo Técnico Preliminar, do Termo de Referência e dos demais documentos necessários à caracterização da demanda e à definição adequada do objeto a ser contratado, garantindo clareza, precisão e compatibilidade com as necessidades do Município de Sarandi.

Na sequência, deve-se assegurar a regular condução do procedimento licitatório, com observância integral à Lei Federal nº 12.232/2010 e às demais normas aplicáveis, incluindo a elaboração e publicação do edital, a definição dos critérios de julgamento, a constituição da Subcomissão Técnica responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas, a formação da relação de profissionais aptos a compô-la, a realização do sorteio de seus membros, bem como a execução das fases de julgamento, habilitação e adjudicação.

Também será necessário verificar previamente a regularidade jurídica, fiscal, trabalhista, econômico-financeira e técnica da futura contratada, bem como a compatibilidade de sua atuação com as exigências legais específicas aplicáveis às agências de propaganda, incluindo o atendimento às disposições da Lei Federal nº 4.680/1965, da Lei Federal nº 12.232/2010 e demais normativos correlatos.

Adicionalmente, antes da formalização contratual, deverão ser confirmadas a disponibilidade orçamentária e a existência de dotação suficiente para suportar as despesas decorrentes da contratação, bem como emitidos os atos administrativos pertinentes à autorização da despesa e à designação do gestor e do fiscal do contrato.

Por fim, deverão ser adotadas medidas de organização interna para acompanhamento e fiscalização da execução contratual, incluindo a definição dos fluxos para solicitação, aprovação, acompanhamento e controle das ações de comunicação institucional, bem como a orientação ou capacitação dos servidores responsáveis pela gestão e fiscalização contratual, quando necessário, de modo a garantir a adequada execução dos serviços e o atendimento do interesse público.

12 CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Como processo administrativo correlato e/ou interdependente, cabe citar o Chamamento Público nº 03/2025, destinado à formação da Subcomissão Técnica responsável

- 00304

pela avaliação das propostas técnicas da presente licitação, ou outro procedimento que venha a substituí-lo.

A referida providência mostra-se necessária em razão do rito específico previsto na Lei Federal nº 12.232/2010, que exige a constituição de Subcomissão Técnica para análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas no certame.

13 POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

Considerando a natureza do objeto a ser contratado, não se identificam impactos ambientais relevantes decorrentes diretamente da prestação dos serviços de publicidade, uma vez que se trata predominantemente de atividade de caráter intelectual, criativo e técnico.

Ainda assim, de forma indireta, podem ser considerados eventuais impactos associados à execução operacional das atividades, tais como o consumo de recursos naturais em menor escala, especialmente papel, energia elétrica e insumos utilizados na eventual produção de materiais físicos. Todavia, tais impactos tendem a ser reduzidos, sobretudo em razão da crescente adoção de meios digitais de comunicação e divulgação institucional.

Nesse sentido, recomenda-se que a execução contratual, sempre que possível, priorize soluções digitais e sustentáveis, contribuindo para a redução do uso de recursos materiais e para a adoção de práticas mais eficientes e ambientalmente responsáveis. Quando necessária a produção de materiais físicos, deverão ser observadas medidas de uso racional de insumos, preferência por materiais recicláveis ou de menor impacto ambiental, quando tecnicamente viável, e adequada destinação dos resíduos eventualmente gerados.

Tais medidas visam mitigar os impactos indiretos da contratação, em consonância com os princípios da sustentabilidade, da eficiência e da adequada gestão dos recursos públicos.

14 JUSTIFICATIVA

Da publicação posterior da primeira sessão pública e da análise da subcomissão técnica:

A Primeira Sessão Pública e a análise pela Subcomissão Técnica não serão transmitidas ao vivo, considerando a necessidade de preservação do sigilo das informações constantes das Propostas Técnicas, em especial, do Invólucro nº 01 – Via Não Identificada.

Ressalta-se que a Primeira Sessão Pública permanecerá aberta à presença dos licitantes e de quaisquer interessados, com exceção dos integrantes da Subcomissão Técnica, em observância ao rito previsto na Lei Federal nº 12.232/2010. Na referida sessão, será realizada a verificação dos invólucros e dos respectivos conteúdos, a fim de constatar a inexistência de marcas, sinais, palavras, elementos, resquícios ou quaisquer identificadores

00305

que possam revelar a autoria das propostas constantes das vias não identificadas antes do momento legalmente previsto para a abertura dos invólucros das vias identificadas.

As mídias digitais integrantes das propostas técnicas das licitantes serão abertas em computador e projetadas aos presentes na sessão, para fins de conferência e fiscalização pelos membros da Comissão de Contratação, licitantes e demais interessados presentes, resguardado o sigilo da autoria das propostas técnicas não identificadas.

Todos os atos praticados na sessão serão registrados em ata circunstanciada, a qual será disponibilizada publicamente. A gravação da Primeira Sessão Pública será publicada em momento posterior à Segunda Sessão Pública, de modo a evitar qualquer risco de identificação indevida das licitantes antes da conclusão da etapa de análise técnica da via não identificada.

Quanto à gravação da análise realizada pela Subcomissão Técnica, esta também será disponibilizada posteriormente, a fim de prevenir eventuais interferências externas no processo avaliativo e preservar a independência, a imparcialidade e a liberdade de julgamento de seus membros.

Dessa forma, a publicação posterior das gravações não tem por finalidade restringir a publicidade dos atos, mas sim compatibilizar a transparência do procedimento com a preservação do sigilo da autoria das propostas técnicas, a isonomia entre os licitantes, a imparcialidade da avaliação técnica e a segurança jurídica do certame.

15 CONCLUSÃO DA ESCOLHA DA SOLUÇÃO PRETENDIDA

Com base na análise realizada no presente Estudo Técnico Preliminar, conclui-se pela viabilidade técnica, econômica e administrativa da contratação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, considerando as necessidades institucionais da Administração Pública Municipal de Sarandi.

A solução pretendida mostra-se compatível com os requisitos identificados, com as estimativas de demanda, com a descrição do objeto e com a necessidade de estruturação e fortalecimento da comunicação institucional, voltada à ampliação da transparência e à melhoria do acesso da população às informações de interesse público.

Consideram-se, ainda, as justificativas apresentadas quanto ao não parcelamento da solução, à adoção da modalidade Concorrência, ao critério de julgamento técnica e preço, à natureza especial e continuada dos serviços, bem como aos resultados pretendidos, que evidenciam a importância de uma atuação integrada e eficiente na comunicação governamental.

Dessa forma, diante do conjunto de elementos analisados ao longo deste Estudo Técnico Preliminar, entende-se como adequada e vantajosa a adoção da solução proposta,

- 00306

razão pela qual se vislumbra a continuidade do processo administrativo para a devida instrução do procedimento licitatório correspondente, observadas as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 14.133/2021 e demais normas aplicáveis.

RESPONSÁVEL PELO ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Sarandi, 02 de maio de 2026.

Daniele Cristine Alegre Pereira
Coordenadora de Administração, Licitação, Compras e Patrimônio

Fabio de Oliveira Bernado
Chefe de Gabinete

00307

MUNICÍPIO DE SARANDI
Estado do Paraná

ANÁLISE DE RISCO

A presente Análise de Riscos foi elaborada em atendimento ao disposto no inciso X do art. 18 da Lei Federal nº 14.133/2021, tendo por finalidade identificar, avaliar, classificar e tratar os principais riscos associados à contratação pretendida, com vistas a subsidiar o planejamento, a tomada de decisão, a execução contratual e o monitoramento contínuo da despesa pública.

No âmbito da matriz de riscos, são considerados eventos ou ocorrências supervenientes à formalização do contrato que possam impactar sua execução, continuidade, qualidade dos serviços, conformidade legal ou equilíbrio econômico-financeiro. Tais eventos abrangem riscos de natureza técnica, operacional, administrativa, jurídica e financeira. Para cada risco identificado, são estabelecidas medidas preventivas destinadas a reduzir sua probabilidade de ocorrência, bem como ações de contingência voltadas à mitigação de seus efeitos caso se concretizem, incluindo a definição de responsabilidades entre os agentes envolvidos na gestão e fiscalização contratual.

Ressalta-se que a gestão de riscos constitui instrumento essencial de governança pública, permitindo maior previsibilidade das ações administrativas, redução de falhas procedimentais, aprimoramento dos controles internos e fortalecimento da capacidade de resposta da Administração diante de eventos adversos. Dessa forma, a análise contribui diretamente para a melhoria da qualidade do gasto público e para a adequada entrega dos resultados pretendidos pela contratação.

A elaboração deste instrumento fundamenta-se nos seguintes elementos:

a) análise de experiências pretéritas da Administração Pública em contratações de natureza semelhante, contemplando ocorrências registradas, ajustes contratuais, prorrogações, impugnações, falhas executivas e lições aprendidas ao longo de contratos anteriores;

b) identificação sistemática de riscos potenciais em todas as etapas do ciclo da contratação pública, abrangendo o planejamento, a seleção do fornecedor e a execução contratual, em conformidade com a legislação vigente, especialmente a Lei nº 14.133/2021, e com as boas práticas de governança e integridade pública;

c) observância dos princípios constitucionais e administrativos da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, economicidade e planejamento, com ênfase na prevenção de falhas, mitigação de impactos negativos, redução de retrabalho administrativo e garantia da adequada execução do objeto contratado.

Por fim, destaca-se que a presente Análise de Risco deve ser compreendida como instrumento dinâmico de gestão, podendo ser revisada e atualizada ao longo do ciclo contratual, sempre que identificados novos riscos ou alterações relevantes nas condições de execução da contratação.

1 – PROCESSOS ANTERIORES

LICITAÇÃO NÚMERO/ANO: Concorrência Pública n.º 01/2018	
OBJETO DA LICITAÇÃO	**INÍCIO E TÉRMINO DA VIGÊNCIA**
Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade e marketing a serem realizados na forma de execução indireta.	22/06/2018 a 31/12/2021
ADITIVOS REALIZADOS NO REFERIDO PROCESSO	
N°1 Dilatação do Prazo de Vigência: Fica prorrogado o prazo de vigência do referido contrato durante o período de 01/01/2019 a 31/12/2019; N°2 Reajuste de valores; N°3 Reajuste de valores; N°4 Dilatação do prazo de vigência: Fica prorrogado o prazo de vigência do referido contrato durante o período de 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020 N°5 Reajuste de valores; N°6 Fica prorrogado o prazo de vigência do referido contrato durante o período de 01 de janeiro de 2021 a 31 de dezembro de 2021; N°7 Reajuste de valores; N°8 Outras Operações de Aditivos: Alteração de fiscal de contrato.	

LICITAÇÃO NÚMERO/ANO: Tomada de Preço nº 10/2015	
OBJETO DA LICITAÇÃO	**INÍCIO E TÉRMINO DA VIGÊNCIA**
Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade e marketing.	25/11/2015 a 31/12/2016.
ADITIVOS REALIZADOS NO REFERIDO PROCESSO	
N°1 Dilatação do prazo de vigência: Fica prorrogado o prazo de vigência do referido contrato durante o período de 01/01/2016 a 31/12/2016. N°2 Reajuste de valores.	

LICITAÇÃO NÚMERO/ANO: Concorrência Pública nº 5/2014	
OBJETO DA LICITAÇÃO	**INÍCIO E TÉRMINO DA VIGÊNCIA**

contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade e marketing a serem realizados na forma de execução indireta.	01/09/2014 a 31/12/2014
ADITIVOS REALIZADOS NO REFERIDO PROCESSO	
Não houve aditivos da referida Concorrência Pública	

2 - RISCOS IDENTIFICADOS NA FASE DE PLANEJAMENTO DA CONTRATAÇÃO

Nesta fase concentram-se os riscos relacionados à definição do objeto, elaboração dos artefatos técnicos e estruturação do certame.

Riscos identificados:

N°	Descrição
01	ETP deficiente ou insuficiente, com falhas na definição da necessidade pública
02	Termo de Referência incompleto ou com especificações inadequadas
03	Divergências entre ETP, TR, edital e minuta contratual
04	Ausência de previsão orçamentária ou insuficiência de recursos
05	Inclusão de serviços não compatíveis com a Lei nº 12.232/2010
06	Falta de alinhamento entre briefing, planejamento e necessidades reais
07	Incompatibilidade entre parte técnica e critérios de julgamento
08	Ausência de lições aprendidas de contratações anteriores
09	Definição inadequada da Subcomissão Técnica
10	Critérios de julgamento desproporcionais entre técnica e preço
11	Inserção de exigências restritivas à competitividade

Consequências possíveis:

N°	Descrição
A	Licitação deserta, fracassada ou anulada
B	Contratação ineficiente ou inadequada
C	Impugnações ao edital e judicialização
D	Retrabalho administrativo e atraso do processo

3 – RISCOS IDENTIFICADOS NA ETAPA DE SELEÇÃO

Nesta fase concentram-se riscos relacionados à condução do certame, julgamento e contratação.

Riscos identificados:

N°	Descrição
12	Atraso na condução do processo licitatório
13	Interpretação incorreta das propostas técnicas e comerciais
14	Atribuição de notas fora dos critérios do edital
15	Designação de comissão sem perfil técnico adequado
16	Pedido de impugnação do edital
17	Interposição de recursos administrativos
18	Certame deserto ou fracassado
19	Falhas na publicação do edital ou no PNCP

Consequências possíveis:

N°	Descrição
E	Suspensão ou anulação do certame
F	Atraso na contratação dos serviços
G	Insegurança jurídica do processo
H	Necessidade de republicação do edital

4 – RISCOS IDENTIFICADOS NA EXECUÇÃO DO CONTRATO

Nesta fase concentram-se riscos relacionados à entrega e fiscalização dos serviços.

Riscos identificados:

N°	Descrição
20	Atraso na assinatura do contrato
21	Atraso no início da execução dos serviços
22	Execução em desacordo com o contrato
23	Descumprimento de obrigações contratuais
24	Baixa qualificação técnica da contratada
25	Rescisão ou anulação contratual
26	Falhas na fiscalização do contrato
27	Não verificação do cumprimento integral do objeto

28	Ausência de avaliação final da contratada
29	Desatualização de tabelas referenciais (SINAPRO)
30	Alterações normativas durante a execução

Consequências possíveis:

N°	Descrição
I	Prejuízo à comunicação institucional
J	Ineficiência na divulgação de políticas públicas
K	Risco de dano ao erário

5 – MATRIZ DE RISCO

A Matriz de Riscos apresentada a seguir constitui instrumento essencial de planejamento, governança e controle da contratação, elaborada com fundamento nas diretrizes da Lei Federal nº 14.133/2021, especialmente quanto à necessidade de planejamento, gestão de riscos, fiscalização e adequada execução contratual.

O presente instrumento tem por finalidade identificar, analisar, avaliar e estruturar os principais eventos que possam impactar negativamente o ciclo da contratação, desde sua fase preparatória até a execução integral do objeto, sem prejuízo da eventual alocação contratual de riscos e responsabilidades entre as partes, quando aplicável, nos termos do art. 6º, inciso XXVII, e do art. 103 da Lei Federal nº 14.133/2021.

Sua construção visa conferir maior previsibilidade e segurança ao processo licitatório, permitindo à Administração Pública antecipar possíveis ocorrências que possam comprometer a regularidade do certame, a eficiência da execução contratual, a qualidade dos serviços prestados e o alcance dos resultados institucionais pretendidos. Nesse sentido, a matriz funciona como ferramenta de apoio à decisão administrativa, contribuindo para o aprimoramento do planejamento, a mitigação de falhas e a redução de incertezas inerentes às contratações públicas.

Os riscos identificados neste instrumento consideram, de forma integrada, as características específicas do objeto licitado, as exigências previstas na legislação aplicável, especialmente a Lei Federal nº 14.133/2021 e a Lei Federal nº 12.232/2010, bem como as experiências anteriores da Administração Pública em contratações de natureza semelhante, incluindo situações de impugnações, ajustes contratuais, dificuldades de execução e lições aprendidas em processos pretéritos. Além disso, também foram considerados aspectos relacionados à complexidade técnica da contratação, à necessidade de comunicação institucional eficiente e à dependência de múltiplos atores na execução e fiscalização do contrato.

Para cada risco identificado, a matriz estabelece, de forma estruturada, a sua probabilidade de ocorrência e o impacto potencial sobre a contratação, permitindo a correta priorização dos eventos mais críticos. Adicionalmente, são definidas medidas preventivas voltadas à redução da probabilidade de ocorrência dos riscos, bem como ações de contingência destinadas à mitigação de seus efeitos caso venham a se concretizar, garantindo resposta administrativa adequada e tempestiva. Também é indicada a unidade ou agente responsável pela gestão de cada risco, reforçando a atribuição clara de responsabilidades no âmbito da Administração Pública.

Dessa forma, a Matriz de Riscos consolida-se como instrumento de governança e controle, contribuindo diretamente para a eficiência administrativa, a economicidade, a transparência e a segurança jurídica da contratação. Sua aplicação fortalece a capacidade institucional de planejamento e execução, reduz a ocorrência de falhas procedimentais e operacionais e assegura maior aderência aos princípios que regem a Administração Pública, especialmente os da eficiência, publicidade, planejamento e interesse público.

5.1 - Matriz de risco:

Risco	Probabilidade	Impacto	Medida Preventiva	Ação de Contingência	Responsável
1	Baixa	Alta	Elaborar ETP com checklist técnico, validação pela área demandante	Revisar ETP, corrigir inconsistências e readequar justificativas antes da continuidade do processo	Área Demandante
2	Baixa	Alta	Utilizar modelos padronizados de TR com revisão jurídica e técnica prévia	Ajustar TR e republicar documentos corrigidos no processo administrativo	Área Demandante
3	Média	Alta	Revisão integrada entre ETP, TR, edital e minuta contratual	Suspender fase do certame e promover adequação documental completa	Área Demandante / Comissão de Contratação
4	Baixa	Alta	Conferência prévia de dotação orçamentária e emissão de declaração contábil	Readequar planejamento orçamentário ou ajustar valor estimado da contratação	Área Demandante / Departamento de Contabilidade
5	Baixa	Alta	Análise jurídica do objeto conforme Lei nº 12.232/2010	Excluir ou adequar itens indevidos ao escopo legal da contratação	Área Demandante
6	Média	Média	Alinhamento formal entre comunicação e área demandante com validação de briefing	Readequar briefing e replanejar ações de comunicação institucional	Área Demandante
7	Média	Alta	Revisão técnica da Subcomissão quanto aos critérios de julgamento	Reanálise das regras do edital e ajuste dos critérios técnicos	Subcomissão Técnica

8	Média	Média	Levantamento de histórico de contratações anteriores e lições aprendidas	Revisar planejamento com base em falhas identificadas em contratos anteriores	Área Demandante
9	Baixa	Alta	Designação formal de membros com qualificação técnica comprovada	Substituição de membros e recomposição da Subcomissão Técnica	Administração Municipal
10	Baixa	Alta	Definição técnica, fundamentada da relação técnica/preço no edital	Revisão do edital e reequilíbrio dos critérios de julgamento	Área Demandante
11	Baixa	Alta	Revisão jurídica preventiva do edital	Retificação do edital com supressão de cláusulas restritivas	Comissão de Contratação
12	Média	Média	Planejamento de cronograma detalhado do certame	Reprogramação das etapas licitatórias	Comissão de Contratação
13	Média	Alta	Definição objetiva de critérios de avaliação das propostas	Reavaliação das propostas conforme critérios editalícios corretos	Subcomissão Técnica
14	Baixa	Alta	Conferência colegiada das notas atribuídas	Revisão do julgamento e eventual anulação de etapas viciadas	Comissão de Contratação
15	Baixa	Alta	Nomeação de comissão com perfil técnico adequado	Substituição de membros designados inadequadamente	Administração Municipal
16	Média	Média	Revisão jurídica prévia do edital	Resposta fundamentada à impugnação e adequação do edital se necessário	Administração Municipal
17	Média	Média	Fundamentação técnica detalhada dos atos decisórios	Análise de recursos com reavaliação técnica do julgamento	Comissão de Contratação
18	Baixa	Alta	Pesquisa de mercado e ampla divulgação do edital	Republicação do certame com ajustes para atratividade	Área Demandante
19	Baixa	Alta	Checklist obrigatório de publicação no PNCP e meios oficiais	Repetição da publicação e reabertura de prazos legais	Comissão de Contratação
20	Baixa	Baixa	Padronização o fluxo de assinatura contratual	Formalização emergencial do contrato com priorização administrativa	Administração Municipal
21	Baixa	Média	Emissão imediata de ordem de serviço após assinatura	Reprogramação do início da execução contratual	Área Demandante
22	Média	Alta	Fiscalização contínua com relatórios periódicos	Notificação formal e abertura de processo sancionador	Fiscal do Contrato
23	Baixa	Alta	Previsão de sanções contratuais claras e aplicáveis	Aplicação de penalidades administrativas e eventual rescisão	Gestão do Contrato

24	Baixa	Alta	Exigência rigorosa de qualificação técnica na habilitação	Desclassificação da contratada ou substituição conforme regras legais	Comissão de Contratação
25	Baixa	Alta	Previsão contratual de cláusulas de rescisão e continuidade	Ativação de plano de continuidade e nova contratação emergencial	Administração Municipal
26	Média	Alta	Capacitação do fiscal e implementação de rotinas de controle	Substituição do fiscal e reavaliação da execução contratual	Área Demandante / Controle Interno
27	Média	Alta	Relatórios periódicos de execução contratual	Reavaliação da execução e correção de falhas identificadas	Fiscal do Contrato
28	Baixa	Média	Elaboração de relatório final de desempenho	Complementação de relatório e registro posterior de avaliação	Gestão do Contrato
29	Baixa	Média	Atualização periódica da tabela SINAPRO	Revisão dos valores referenciais e readequação de custos	Área Demandante
30	Baixa	Média	Monitoramento contínuo de alterações normativas	Adequação contratual imediata às novas normas aplicáveis	Administração Municipal

6 - CONCLUSÃO DA ANÁLISE DE RISCO

A presente Análise de Riscos evidencia que a contratação pretendida apresenta riscos inerentes às diversas fases do ciclo da contratação pública, especialmente no que se refere ao planejamento, à seleção da agência de propaganda e à execução contratual. Tais riscos, contudo, foram devidamente identificados, classificados e estruturados, permitindo à Administração Pública adotar medidas preventivas e ações de contingência adequadas para sua mitigação.

Verifica-se que os riscos mais relevantes concentram-se nas etapas de planejamento e julgamento técnico, em razão da complexidade do objeto, da necessidade de integração entre os instrumentos de planejamento, especialmente ETP, Termo de Referência e Edital, e da natureza técnica dos critérios de avaliação previstos na Lei Federal nº 12.232/2010. Ainda assim, tais riscos são considerados administráveis, desde que observadas as medidas de controle, governança e fiscalização previstas nesta análise.

Ressalta-se que a adoção da gestão de riscos contribui significativamente para o fortalecimento da segurança jurídica do procedimento licitatório, para a melhoria da qualidade da contratação e para a redução de falhas operacionais e administrativas, além de promover maior eficiência na aplicação dos recursos públicos.

Dessa forma, conclui-se que, apesar da existência de riscos inerentes à contratação, estes se encontram identificados e tratados de forma adequada, não havendo óbices à continuidade do processo licitatório, desde que observadas as medidas de prevenção, controle, mitigação e contingência estabelecidas na presente análise.

Por fim, destaca-se que a presente Análise de Riscos deve ser compreendida como instrumento dinâmico de gestão, passível de atualização sempre que houver alterações relevantes no contexto da contratação ou surgimento de novos riscos, reforçando o compromisso da Administração com a governança, a eficiência e o interesse público.

Sarandi, 10 de junho de 2026.

Elaborado por:

Daniele Cristine Alegre Pereira
Coordenadora de Administração,
Licitação, Compras e Patrimônio

Conferido e aprovado por:

Patricia Daiane Moraes de Souza
Secretária Municipal de Administração

SARANDI

GOVERNO MUNICIPAL

ANEXO V

MINUTA

CONTRATO

Nº «NÚMERO_CONTRATO»/«ANO_CONTRATO»

OBJETO

Contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda para atender a demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

00317

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ENTRE O MUNICÍPIO DE SARANDI/PR E ....., NA FORMA ABAIXO:

Pelo presente instrumento particular de contrato de prestação de serviços de publicidade, MUNICÍPIO DE SARANDI - PARANÁ, representado por seu Prefeito Municipal, o Sr. Carlos Alberto de Paula Júnior, inscrita no CNPJ sob o nº 78.200.482/0001-10, com sede nesta cidade, à rua José Emiliano de Gusmão, 565 – Centro – CEP 87.111-230 – Sarandi/PR, doravante denominado Contratante e, de outro lado, a empresa ....., com sede em ....., à rua ....., inscrita no CNPJ sob n. ....., por seu representante legal, Sr. ....., RG ..... e CPF ....., doravante denominada simplesmente Contratada, resolvem celebrar o presente contrato de prestação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda, objeto da Concorrência nº ....., processo administrativo nº ....., submetendo-se as partes de acordo com as cláusulas, condições e obrigações seguintes:

CLÁUSULA 1 - DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente Contrato rege-se pelas disposições da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e, subsidiariamente, pelas disposições da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, bem como pelas demais normas aplicáveis à espécie.

1.2 Integram este Contrato, independentemente de transcrição, para todos os fins de direito, o Edital da Concorrência nº .... e seus anexos, bem como a Proposta Técnica e a Proposta de Preços apresentadas pela Contratada, prevalecendo, em caso de divergência, as disposições deste Contrato e do Edital.

CLÁUSULA 2 - DO OBJETO

2.1 O objeto do presente instrumento é a contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda para atender a demanda da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas no Edital e seus anexos.

2.1.1 Consideram-se serviços de publicidade e propaganda o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objeto o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução

00318

externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, promover e difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e informar o público em geral.

2.2 Também integram o objeto do presente instrumento, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I. à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

II. ao planejamento e à execução de pesquisas e 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, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública da Prefeitura do Município de Sarandi/PR; e

III. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.2.1 O planejamento, previsto como serviço complementar, tem como objetivo subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (offline) quanto nos digitais (online), visando ao alcance dos objetivos de comunicação e à superação dos desafios apresentados, devendo prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização dos resultados.

2.2.2 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 2.2 terão a finalidade de:

I. gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Administração Municipal de Sarandi/PR, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

II. aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; e

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

2.3 Não se confundem com o objeto deste instrumento, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

2.3.1 Não se incluem no conceito de patrocínio, o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem

00319

como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículos de divulgação.

2.4 A Contratada atuará por ordem e conta da Contratante, nos termos do art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução dos serviços complementares, e de veículos de divulgação, para transmissão de mensagens publicitárias.

2.5 Para a prestação dos serviços de publicidade e propaganda será contratada 1 (uma) agência de propaganda, sendo vedada à Contratada a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos nesta Cláusula.

CLÁUSULA 3 - DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO

3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado a critério da Administração nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, desde que fique demonstrada a manutenção da vantajosidade para a Administração Pública, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

3.1.1 A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários do objeto contratado, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato, nos termos do art. 125 da Lei Federal nº 14.133/2021.

CLÁUSULA 4 - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 O valor máximo estimado para a execução do objeto deste Contrato é de R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), para o período de 12 (doze) meses de vigência.

4.2 O crédito orçamentário destinado à execução dos serviços objeto deste Contrato correrá à conta da seguinte dotação orçamentária: 04.001.04.122.0006.2.061.3.3.90.39.00.00. - 3000 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica.

4.3 Em caso de prorrogação contratual, a Contratante consignará nos exercícios financeiros subsequentes as dotações orçamentárias necessárias ao atendimento das despesas decorrentes deste Contrato.

4.4 A Contratante reserva-se o direito de utilizar, total ou parcialmente, os recursos estimados neste Contrato, conforme suas necessidades e disponibilidade orçamentária.

00320

CLÁUSULA 5 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

5.1.1 Operar de forma estruturada e adequada à execução do objeto contratual, prestando os serviços com qualidade, eficiência e observância das melhores práticas do mercado publicitário.

5.1.2 Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante, observada a restrição prevista no subitem 2.5 deste Contrato.

5.1.3 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela Contratante.

5.1.4 Empreender os melhores esforços para obter condições comerciais vantajosas junto a fornecedores e veículos de divulgação, transferindo integralmente à Contratante os benefícios obtidos.

5.1.4.1 Pertencem à 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 veículos de divulgação.

5.1.4.1.1 O disposto no subitem 5.1.4.1 não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à Contratada, nos termos do artigo 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.4.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à Contratante, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.4.3 A Contratada não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da 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.

5.1.4.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.4.3 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.

00321

5.1.5 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 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 da Contratante.

5.1.6 Observar a seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à Contratante:

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

II. somente apresentar cotações obtidas junto a fornecedores aptos e regularmente cadastrados, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

III. apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do 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 do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI. juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

VII. após o recebimento do pagamento efetuado pela Contratante, comprovar, no prazo de até 7 (sete) dias úteis, o pagamento realizado aos fornecedores vinculados à execução do objeto contratual, quando aplicável.

5.1.6.1 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 da Contratante.

5.1.6.2 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a Contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para análise e decisão prévia do Gestor do Contrato.

5.1.6.3 Se e quando julgar conveniente, a Contratante poderá:

00322

I. 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 décimos por cento) do valor global deste contrato;

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

5.1.6.4 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.

5.1.6.5 As disposições dos subitens 5.1.6 a 5.1.6.4 não se aplicam à compra de mídia, que observará os procedimentos específicos previstos na Lei nº 12.232/2010 e neste Contrato.

5.1.7 Submeter à prévia e expressa anuência da Contratante a contratação de fornecedores para a execução dos serviços objeto deste Contrato.

5.1.7.1 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.

5.1.8 Obter prévia e expressa autorização da Contratante, por escrito, para a realização de despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com quaisquer outras despesas relacionadas à execução deste Contrato.

5.1.8.1 A Contratada somente poderá reservar e adquirir espaço ou tempo publicitário em veículos de divulgação, por ordem e conta da Contratante, após sua prévia identificação e mediante autorização expressa da Contratante.

5.1.9 Apresentar à Contratante, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, a relação dos meios, praças e veículos em que será possível e daqueles em que será impossível obter relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente, acompanhada das justificativas pertinentes, para fins do disposto nos subitens 11.4.4.2.1 e 11.4.4.2.2 deste Contrato e em atendimento ao art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.10 Apresentar à Contratante, como alternativa ao disposto no subitem 5.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos em que será possível e aqueles em que será impossível obter relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente, acompanhado das justificativas pertinentes, para fins do disposto nos subitens 11.4.4.2.1 e 11.4.4.2.2 deste Contrato e em atendimento ao art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

00323

5.1.10.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.10 deverá considerar os meios, praças e veículos habitualmente utilizados nas ações de comunicação da Contratante, com vistas à realização de negociação global entre as partes acerca da viabilidade técnica e econômica da obtenção dos relatórios de checagem de veiculação por empresa independente.

5.1.10.1.1 O resultado da negociação global prevista no subitem 5.1.10.1 terá vigência de 6 (seis) meses, devendo ser revisto e atualizado ao término de cada período, aplicando-se aos Planos de Mídia aprovados durante sua vigência.

5.1.10.1.2 Os serviços de aferição e auditoria de mídia serão de responsabilidade da Contratada, sem gerar quaisquer ônus para a Contratante, devendo seus resultados ser apresentados por meio de Relatório de Checagem de Veiculação emitido por empresa independente. Na impossibilidade devidamente justificada de obtenção desse relatório, deverão ser apresentados os documentos comprobatórios substitutivos previstos neste Contrato para cada meio de divulgação.

5.1.10.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.10, a Contratante poderá solicitar novo estudo à Contratada e, em decorrência, promover nova negociação global e estabelecer novo período de vigência para seus resultados.

5.1.11 Encaminhar à Contratante, imediatamente após a produção dos serviços, sem ônus adicional, os materiais destinados à composição de seu acervo, observadas as seguintes formas:

I. TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;

II. Internet: cópias em arquivos digitais;

III. Rádio: cópias em arquivos digitais;

IV. Mídias impressas e material publicitário; cópias digitais.

5.1.12 Manter, pelo prazo de 05 (cinco) anos, após a extinção deste Contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.11.

5.1.13 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela Contratante.

5.1.13.1 O material a ser utilizado na distribuição somente será definido após aprovação da Contratante, devendo sua reprodução observar as peças publicitárias previamente aprovadas.

5.1.13.2 Entregar à 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.

00324

5.1.13.3 Registrar em relatório de atendimento as reuniões, contatos telefônicos e demais comunicações relevantes realizadas entre a Contratante e a Contratada, com o objetivo de conferir transparência aos entendimentos firmados e subsidiar a adoção das providências necessárias ao cumprimento das respectivas responsabilidades.

5.1.13.4 Esses relatórios deverão ser enviados pela Contratada à Contratante até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

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

5.1.14 Adotar imediatamente as providências necessárias nos casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, observadas as obrigações contratuais já assumidas perante fornecedores e veículos, bem como os honorários devidos à Contratada pelos serviços efetivamente realizados até a data da ocorrência, desde que tais situações não tenham sido causadas pela própria Contratada ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.15 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da Contratante, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.16 Prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

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

5.1.18 Manter, durante toda a execução deste Contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas na Concorrência que deu origem a esta contratação, inclusive a certificação de qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º e § 1º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.19 Cumprir todas as leis, regulamentos, normas e posturas federais, estaduais e municipais aplicáveis à execução deste Contrato, responsabilizando-se pelos prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem como, quando aplicável, pela observância da legislação estrangeira relativa a trabalhos realizados ou divulgados no exterior.

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

5.1.21 Assumir, com exclusividade, todos os tributos, taxas, contribuições previdenciárias, encargos trabalhistas, prêmios de seguros, encargos decorrentes de acidentes de trabalho e demais obrigações que incidam ou venham a incidir sobre a execução do objeto deste Contrato, bem como quaisquer despesas necessárias ao seu fiel cumprimento.

00325

5.1.22 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.

5.1.23 Apresentar, quando solicitado pela Contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.24 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 a própria Contratante.

5.1.25 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 da Contratante.

5.1.26 Responder perante a 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.

5.1.27 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 a Contratante.

5.1.28 Responsabilizar-se pelos ônus decorrentes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas resultantes de danos causados por dolo ou culpa de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como por quaisquer responsabilidades que lhe sejam atribuídas por força de lei em razão da execução deste Contrato.

5.1.28.1 Na hipótese de ajuizamento de ação trabalhista relacionada aos serviços prestados no âmbito deste Contrato, a Contratada adotará todas as medidas necessárias para resguardar o Contratante, mantendo-a isenta de reivindicações, demandas, reclamações ou representações de qualquer natureza. Não sendo possível afastar sua responsabilização e havendo condenação ou desembolso pela Contratante, a Contratada deverá ressarcir integralmente os valores pagos, no prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis contados da comprovação do respectivo pagamento.

5.1.29 Responder integralmente por quaisquer ações judiciais ou administrativas propostas por terceiros com fundamento na legislação relativa à propriedade intelectual, aos direitos autorais, aos direitos conexos ou a outros direitos de propriedade, relacionadas aos serviços executados no âmbito deste Contrato.

CLÁUSULA 6 - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1 Constituem obrigações da Contratante, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

00326

I. cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada;

II. comunicar, por escrito, à Contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços.

III. Excetuam-se os entendimentos orais, realizados por situações de urgência, dos quais deverão ser formalizados posteriormente no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

IV. fornecer e colocar à disposição da Contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

V. acompanhar e fiscalizar a execução contratual, inclusive quanto ao cumprimento das disposições relativas à contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela Contratada;

VI. proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

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

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

6.2 A campanha publicitária integrante da Proposta Técnica apresentada pela Contratada na Concorrência que deu origem a este Contrato possui caráter meramente ilustrativo e demonstrativo da capacidade técnica da licitante, podendo ou não ser produzida e veiculada durante a vigência contratual, com ou sem adaptações promovidas pela Contratante.

CLÁUSULA 7 - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 Serão designados Gestor e Fiscal do Contrato para acompanhar e fiscalizar sua execução, registrando em relatório próprio todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas eventualmente verificadas, cabendo-lhes, entre outras atribuições, notificar a Contratada para adoção das providências necessárias à regularização das situações constatadas.

7.1.1.1 Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao Fiscal e ao Gestor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas à remuneração da Contratada, à contratação de fornecedores de serviços especializados e à correta execução do objeto contratual.

00327

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

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

7.4 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 a Contratante.

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

7.6 A ausência ou eventual atraso na comunicação de irregularidades ou falhas pela Contratante não exime a Contratada de suas responsabilidades contratuais e legais.

7.7 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.

7.8 A Contratada se obriga a permitir que a auditoria interna da Contratante ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à Contratante.

7.9 À Contratante é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela Contratada.

CLÁUSULA 8 - REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a Contratada será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

8.1.1 Percentual de honorários de .....% (..... por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;

8.1.2 Percentual de honorários de .....% (..... por cento) sobre o planejamento e a execução de pesquisas 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 ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisão da agência;

8.1.3 Percentual de honorários de .....% (..... por cento) sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir

00328

os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência.

8.1.4 Percentual de desconto de .....% (..... por cento) a ser concedido à Prefeitura Municipal de Sarandi/PR sobre os custos internos, baseados na tabela referencial vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR).

8.1.5 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela Contratada.

8.1.6 A Contratada deverá apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR), acompanhada da demonstração dos preços efetivamente praticados junto à Contratante, considerados os descontos ofertados em sua proposta comercial.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.

8.3 As despesas com deslocamento de profissionais da Contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados correrão por sua conta e risco. Excepcionalmente, quando previamente autorizadas pela Contratante e justificadas pelo interesse público, poderão ser ressarcidas pelo valor efetivamente despendido, sem incidência de honorários ou qualquer remuneração adicional.

8.4 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da Contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de comprovar a realização da despesa e assegurar seu ressarcimento pelo valor líquido, sem incidência de honorários.

8.5 A Contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela Contratante, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.6 As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da Contratante, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA 9 - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a Contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65.

00329

9.2 Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto na Cláusula 11 - Liquidação e Pagamento de Despesas, a Contratada repassará à Contratante, sob a forma de desconto, parte do desconto padrão de agência a que faz jus, cabendo, do valor correspondente à veiculação, 18% (dezoito por cento) à Contratada e 2% (dois por cento) à Contratante, desde que atendidas as disposições do Anexo B das Normas-Padrão quanto à possibilidade de repasse parcial do desconto de agência, de acordo com a verba anual de mídia da Contratante.

9.2.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à Contratada pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da Contratante, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

CLÁUSULA 10 - DIREITOS AUTORAIS

10.1 A Contratada cede à Contratante, de forma total, definitiva e irrevogável, os direitos patrimoniais de autor sobre as ideias, estudos, análises, planos, campanhas, peças e demais materiais publicitários produzidos em decorrência deste contrato, ainda que desenvolvidos por seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.1 O valor referente à cessão dos direitos patrimoniais encontra-se incluído nas modalidades de remuneração previstas nas Cláusulas Oitava e Nona deste Contrato.

10.1.2 A Contratante poderá utilizar os direitos cedidos diretamente ou por intermédio de terceiros, em todas as modalidades de utilização, de forma total, definitiva e irrevogável, no Brasil ou no exterior, sem que caiba à Contratada qualquer remuneração adicional ou ônus, observadas as limitações específicas eventualmente pactuadas com terceiros quanto a direitos de autor e conexos.

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a Contratada solicitará dos fornecedores, quando determinada pela Contratante, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela Contratante.

10.2.1 A Contratada utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela Contratante, em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste contrato.

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela Contratante em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo .....% (..... por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

00330

10.2.1.1.1 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 - INPC, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela Contratante aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo .....% (..... por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 o valor a ser pago pela Contratante será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.2.4 Quando determinado pela Contratante e sempre que possível, a Contratada obterá dos fornecedores dois orçamentos — um relativo à cessão de direitos por tempo limitado e outro à cessão definitiva —, para que a Contratante escolha uma das opções.

10.3 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4 A Contratada se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas, incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela Contratante, após os procedimentos previstos na Cláusula Quinta.

10.5 A Contratada se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I. a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à Contratante, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direito, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contados da data do pagamento dos serviços, pela Contratada ao fornecedor, sem que caiba à Contratante qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II. que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a 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;

III. que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

00331

CLÁUSULA 11 - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de 10 (dez) dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período, nos termos do art. 7º, inciso I do Decreto nº 1308/2023.

11.2 Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

I. a data da emissão;

II. os dados do contrato e do órgão Contratante;

III. o período respectivo de execução do contrato;

IV. o valor a pagar; e

V. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

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

11.4 A nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá ser acompanhado dos seguintes documentos:

11.4.1 Comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta online ao SICAF ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133, de 2021;

11.4.2 A primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo, quando for o caso;

11.4.3 Os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e/ou o comprovante de sua entrega, quando for o caso;

11.4.4 Além dos documentos previstos nos subitens anteriores, a Contratada deverá apresentar, conforme a natureza dos serviços executados, a documentação complementar exigida nos subitens seguintes para fins de comprovação da regular execução do objeto e liquidação da despesa:

11.4.4.1 Nos serviços executados diretamente pela Contratada:

I. quando houver intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores, deverão ser apresentados os documentos previstos nos subitens 11.4.2 e 11.4.3;

00332

II. quando houver execução de serviços internos, deverá ser apresentada documentação apta a comprovar a efetiva execução dos serviços e/ou a entrega dos materiais produzidos.

11.4.4.2 Nos serviços especializados executados por fornecedores ou relativos à veiculação de publicidade:

I. produção e execução técnica de peça e ou material;

II. planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

III. criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

Parágrafo único: Nas hipóteses previstas nos incisos I a III, deverão ser apresentados os documentos previstos nos subitens 11.4.2 e 11.4.3.

IV. veiculação: deverão ser apresentados os documentos previstos nos subitens 11.4.2 e 11.4.3, acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente.

11.4.4.2.1 No tocante à veiculação, além do previsto no inciso IV, do subitem 11.4.4.2, a Contratada fica obrigada a apresentar, sem ônus para a Contratante, os seguintes comprovantes:

I. exemplar original de revista;

II. jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III. demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente, salvo quando restar demonstrada perante a Contratante, nos termos dos subitens 5.1.9 e 5.1.10 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de sua obtenção.

11.4.4.2.2 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.9 ou 5.1.10 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a Contratada 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 artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que

00333

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), dias e horário da veiculação;

a. como alternativa do procedimento previsto no inciso I, a Contratada 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 carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento composto contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

b. como alternativa ao conjunto de documentos previstos no inciso I e alínea "a" deste subitem, a Contratada poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, 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.

II. Mídia exterior:

a. Mídia Out Of 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 artigo 299 do Código Penal, 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;

b. Mídia Digital Out Of Home: relatório de exibição, datado e assinado, 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, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, 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;

c. Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual

00334

devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III. Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

11.4.4.2.2.1. As formas de comprovação da veiculação em meios, veículos ou formatos não previstos neste Contrato serão definidas formalmente pela Contratante antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.4.5 As despesas com distribuição de peças e materiais de não mídia executados por fornecedores especializados observarão o tratamento previsto na cláusula específica de remuneração e pagamento dos fornecedores.

11.4.6 Na ocorrência de falha local em programação de mídia eletrônica, a Contratada deverá apresentar documento emitido pelo veículo de divulgação contendo a descrição da falha ocorrida e o respectivo valor a ser abatido da liquidação.

11.4.7 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos pelo gestor ou fiscal do contrato por ocasião da apresentação e aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.5 A comissão de recebimento somente atestará a prestação dos serviços e autorizará o prosseguimento do processo de pagamento após verificar o cumprimento, pela Contratada, de todas as condições estabelecidas neste Contrato.

11.6 Caso seja constatado erro, inconsistência ou irregularidade na documentação apresentada para liquidação da despesa, a Contratante poderá devolvê-la à Contratada para saneamento ou proceder à glosa da parcela considerada indevida, mediante justificativa.

11.6.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada não apresentada para fins de atendimento das condições contratuais e de contagem dos prazos previstos nesta cláusula.

11.7 No caso de atraso no pagamento pela Contratante nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da Contratada, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor - INPC.

11.7.1 Não serão devidos encargos de atualização financeira ou quaisquer acréscimos quando o atraso no pagamento decorrer de pendência imputável à Contratada, inclusive pela ausência total ou parcial da documentação exigida para liquidação da despesa ou pelo descumprimento de obrigações contratuais.

11.8 A Contratante não responderá por compromissos assumidos pela Contratada perante terceiros, nem efetuará pagamentos que lhe sejam cobrados diretamente por fornecedores,

00335

veículos de divulgação ou quaisquer outros terceiros vinculados à execução do objeto contratual.

11.9 Os pagamentos a fornecedores especializados e veículos de divulgação referentes aos serviços executados serão efetuados pela Contratada no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contado do efetivo recebimento dos recursos transferidos pela Contratante.

11.9.1 A Contratada deverá informar à Contratante os pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de divulgação vinculados a cada ordem bancária emitida, encaminhando, até o décimo quinto dia de cada mês, relatório consolidado dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1.1 Os dados e formatos dos controles serão definidos pela Contratante e os relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações: data de pagamento da Contratante, data do pagamento da Contratada, número do documento fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.9.2 O descumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1, bem como a ausência de justificativa aceita pela Contratante para o não pagamento no prazo estabelecido, poderá ensejar a suspensão da liquidação das despesas da Contratada até a regularização da pendência.

11.9.2.1 Caracterizado o descumprimento das obrigações previstas nos subitens 11.9 e 11.9.1, a Contratante poderá adotar as medidas administrativas e contratuais cabíveis, inclusive a suspensão da liquidação das despesas pendentes, a aplicação das sanções previstas neste Contrato e na legislação aplicável e, quando for o caso, a instauração de procedimento visando à apuração da inexecução contratual.

11.9.2.2 A adoção das medidas previstas no subitem anterior não afasta a responsabilidade exclusiva da Contratada pelos pagamentos devidos aos fornecedores especializados e aos veículos de divulgação, bem como pelos encargos financeiros, processuais ou quaisquer outros decorrentes do atraso ou inadimplemento.

11.9.3 Os encargos financeiros, processuais e quaisquer outros decorrentes da inobservância, pela Contratada, dos prazos previstos para pagamento a fornecedores especializados e veículos de divulgação serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.10 A Contratante, na qualidade de fonte retentora, efetuará a retenção e o recolhimento dos tributos e contribuições que incidirem sobre os pagamentos realizados à Contratada, nos termos da legislação vigente.

00336

CLÁUSULA 12 - GARANTIA

12.1 Não haverá exigência de garantia de contratação conforme expressa no art. 96 e seguintes da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA 13 - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela Contratada, sem justificativa aceita pela Contratante, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I. Advertência;

II. Impedimento para licitar e contratar;

III. Multa de mora e multa compensatória;

IV. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à Contratada o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.1.3 As sanções aplicadas serão registradas no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado pela Contratante.

13.1.4 A Contratante comunicará, por escrito, à Contratada que a sanção foi registrada no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I. as sanções tratadas nos incisos do subitem 13.1 serão aplicadas pelo gestor, fiscal ou autoridade competente deste contrato;

13.3 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I. descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II. outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da Contratante, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1 A falha na execução contratual restará configurada quando:

00337

13.3.1.1 A Contratada cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 01 Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

13.3.1.2 Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 13.3.1.1, a Contratante poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 02 Grau e correspondência de cada infração

Grau da infração	Correspondência
Leve	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,025 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,1 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.
Grave	Multa no valor de 0,5 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.

Tabela 03 Infrações

Item	Descrição	Grau	Incidência
1	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Média (passível de correção)	Semestral
2	Demora para centralizar o comando da publicidade da Contratante no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.

00338

3	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da Contratante.	Grave	Semestral
4	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à Contratante todas as vantagens obtidas.	Grave	Por ocorrência.
5	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela Contratante no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência.
6	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela Contratante.	Grave	Por ocorrência.
7	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
8	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à Contratante	Média (passível de correção)	Semestral
9	Não observar os prazos estabelecidos pela Contratante na condução dos serviços objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
10	Provocar prejuízos e danos à Contratante devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
11	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante.	Grave	Por ocorrência.
12	Não repassar à Contratante todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	Grave	Por ocorrência.

00339

13	Não repassar à Contratante o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	Grave	Por ocorrência.
14	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Por ocorrência.
15	Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, 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 da Contratante.	Grave	Por ocorrência.
16	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010. (Igualdade racial)	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
17	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da Contratante.	Grave	Por ocorrência.
18	Não 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, de forma a evitar ações publicitárias da Contratante em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
19	Não apresentar à Contratante, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
20	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado	Grave	Por ocorrência.

00340

	da Contratada tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.		
21	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da Contratante.	Grave	Por ocorrência.
22	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela Contratante, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
23	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da Contratante.	Grave	Por ocorrência
24	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da Contratante.	Grave	Por ocorrência.
25	Manter, durante a vigência deste contrato, a prestação de serviços de publicidade à empresa concorrente ou incompatível com a área de atuação da Contratante.	Grave	Por ocorrência.
26	Recusar o ressarcimento à Contratante de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Por ocorrência.
27	Não prestar o devido esclarecimento à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada.	Grave	Por ocorrência
28	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrência
29	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
30	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Média (passível de correção)	Por ocorrência

00341

31	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Média (passível de correção)	Semestral
32	Não apresentar, quando solicitado pela Contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
33	Gerar prejuízos e infrações à Contratante na prestação dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
34	Não realizar de forma devida o pagamento de 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.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
35	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Leve (passível de correção)	Semestral
36	Demora na constituição, em parceria com as outras agências Contratadas, de um Núcleo de Mídia, sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
37	Demora na constituição, em parceria com as outras agências Contratadas, de um acervo da propaganda da Contratante, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e com banco de imagens.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.

13.3.1.2.1 As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas neste Contrato.

13.3.2 No ato de advertência, a Contratante estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

00342

13.4 O **impedimento de licitar e contratar** será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a Contratada continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.

13.5 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.5.1 O atraso sujeitará a Contratada à multa de:

I. 0,33 % por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

II. 0,66 % por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da Contratante, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

13.5.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da Contratante.

13.5.3 A Contratada estará sujeita à multa compensatória de:

I. 1%, calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II. 1%, calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a. inexecução total deste contrato;

b. pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da Contratante.

III. pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da Contratante.

13.6 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração poderá ser aplicada à Contratada se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I. por até 06 (seis) meses:

00343

a. atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a Contratante;

b. execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5;

II. por até 02 (dois) anos:

a. não conclusão dos serviços contratados;

b. prestação do serviço em desacordo com as especificações estabelecidas para cada campanha, depois da solicitação de correção efetuada pela Contratante;

c. cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à Contratante, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d. condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e. apresentação, à Contratante, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da Contratante após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f. ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da Contratante após a assinatura deste contrato;

g. reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da Contratante.

13.7 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da Contratante, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à Contratante ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1 A declaração de inidoneidade será aplicada à Contratada se, entre outros casos:

I. sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II. demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a Contratante, em virtude de atos ilícitos praticados;

00344

III. reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da Contratante.

13.7.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da Contratada de transacionar com a Administração, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Contratante pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8 Da aplicação das sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 03 (três) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, conforme legislação municipal respectiva.

13.9 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a Contratada por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.10 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da Contratada por eventuais perdas e danos causados à Contratante.

13.11 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da Contratada.

13.11.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo estabelecido em lei municipal específica.

CLÁUSULA 14 - DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

14.1 O presente contrato poderá ser extinto pelos motivos previstos e nas formas estabelecidas no artigo 137 e seguintes da Lei nº 14.133/21.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a Contratada:

00345

I. For atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

II. For envolvida em escândalo público e notório;

III. Quebrar o sigilo profissional;

IV. Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

V. Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a Contratante, como consequência, venha a sofrer;

VI. Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato: e

VII. Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

VIII. Não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4o da Lei 12.232/2010;

IX. Deixar de atender ao disposto neste Contrato.

14.2 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela Contratante e comprovadamente realizadas pela Contratada, previstas no presente contrato.

14.3 Em caso de associação da Contratada com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à Contratante decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

CLÁUSULA 15 - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 O presente contrato é regido pelas normas da Lei Federal n. 12.232/2010 e complementarmente pelas leis 14.133/21, 4.680/65, pelo Decreto Federal n. 57.690/66 e Decreto Federal n. 4563/2002.

15.2 Na contagem dos prazos estabelecidos neste contrato excluir-se-ão o dia de início e incluir-se-á a do vencimento, prorrogando-se este, automaticamente, para o primeiro dia útil, se recair em dia sem expediente.

15.3 Ficam fazendo parte integrante deste Contrato o Edital, seus Anexos e a Proposta de Preços da Contratada, aos quais as partes estão vinculadas.

00346

15.4 A Contratada se obriga a manter, durante toda a execução deste contrato, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

CLÁUSULA 16 - FORO

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgados no Foro da Comarca de Sarandi/PR.

16.2 E, por estrem justos e acordados, assinam o presente contrato em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas que igualmente o subscrevem.

Sarandi, 16 de junho de 2026.

(Nome do Secretário)
«Assinaturas_Contrato»
Secretário xxx

«Nome_Representante»
«nome_fornecedor»

Carlos Alberto de Paula Júnior
Prefeito

Testemunhas:
1 – XX
2 - XX

00347

(ANEXO VI – MODELO)

PROCURAÇÃO

Outorgante

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

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº XX / ano.

Poderes

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

local e data

_____

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

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

(ANEXO VII. 1 – MODELO)

TERMO DE RESPONSABILIDADE
COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO

Eu, ..., de matrícula nº....., lotado(a) na ....., integrante da Comissão de Contratação responsável pelo processamento da Concorrência nº ...../....., realizado pela Prefeitura do Município de Sarandi/PR, para contratação de agência de propaganda, regida pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter sigilo sobre qualquer informação do certame, em especial quanto às etapas de habilitação e de julgamento das propostas técnicas e de preços, até sua publicação oficial.

Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 14.133/2021, a:

I. **NÃO** divulgar ou utilizar informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtidas em razão das atividades nesta Concorrência;

II. **NÃO** prestar serviços ou manter relação de negócio com pessoa física ou jurídica interessada nesta Concorrência;

III. **NÃO** exercer atividade que, por sua natureza, seja incompatível com as atribuições da Comissão de Contratação;

IV. **NÃO** atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados relacionados ao objeto do certame;

V. **NÃO** praticar ato que beneficie interesse próprio, de pessoa jurídica de que participe, ou de cônjuge, companheiro e parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral até o terceiro grau;

VI. **NÃO** receber presentes de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão, fora dos limites estabelecidos em regulamento; e

VII. **NÃO** prestar serviços, mesmo que eventuais, a empresas de comunicação contratadas pelo ente responsável por esta licitação.

local e data

_____

Assinatura

00349

(Anexo VII. 2 – Modelo)

Termo de Responsabilidade
Subcomissão Técnica

Eu, ... , CPF nº ....., integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico da Concorrência nº ...../....., da Prefeitura do Município de Sarandi/PR, para contratação de agência de propaganda, regida pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter sigilo sobre as Propostas Técnicas apresentadas e as informações de seu julgamento, quesitos, subquesitos e pontuações atribuídas.

Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 14.133/2021, a:

I. **NÃO** divulgar ou utilizar informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtidas em razão das atividades nesta Subcomissão;

II. **NÃO** prestar serviços ou manter relação de negócio com pessoa física ou jurídica interessada nesta Concorrência;

III. **NÃO** exercer atividade que, por sua natureza, seja incompatível com as atribuições de análise e julgamento desta Subcomissão;

IV. **NÃO** atuar, mesmo que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados relacionados ao objeto da Concorrência;

V. **NÃO** praticar ato que beneficie interesse próprio, de pessoa jurídica de que participe, ou de cônjuge, companheiro e parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral até o terceiro grau;

VI. **NÃO** receber presentes de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão, fora dos limites estabelecidos em regulamento;

VII. **NÃO** prestar serviços, mesmo que eventuais, a empresas de comunicação contratadas pelo município ou responsáveis por esta licitação; e

VIII. **NÃO** participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação conduzidas pela comissão licitatória.

Orientações Gerais

Esta Concorrência é processada pela Comissão de Contratação, exceto quanto às Propostas Técnicas, cuja análise e julgamento competem exclusivamente à Subcomissão Técnica.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3

(Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento técnico das propostas.

O julgamento deverá dár-se-á mediante avaliação individualizada e independente por parte de cada membro da Subcomissão Técnica, que possui total autonomia na atribuição de suas notas, observadas as disposições do Edital.

Toda nota atribuída deverá ser obrigatoriamente fundamentada de forma clara e por escrito, com a devida justificativa técnica das razões que ensejaram a pontuação.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão de Contratação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso, sendo vedada sua divulgação - interna ou externa - antes da publicação oficial do resultado pela Comissão de Contratação.

Por fim, os membros designados declaram-se plenamente cientes destas orientações, diretrizes e obrigações, comprometendo-se a cumpri-las integralmente no exercício de suas atribuições.

local e data

_____

Assinatura

SARANDI

GOVERNO MUNICIPAL

(ANEXO VIII. 1 – MODELO)

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: _____

Data: _____/_____/_____

Nome do Avaliador:_____

A sigla com as iniciais "**PMS**" refere-se a Prefeitura do Município de Sarandi/PR.

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária	
Subquesito I - Raciocínio Básico	
Pontuação	**Critérios**
Notas de 0 a 10, sendo: 0 - Não atende 1 a 2 - Atende pouco 3 a 5 - Atende medianamente 6 a 8 - Atende bem 9 a 10 - Atende com excelência	a) A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da PMS e do contexto de sua atuação; b) A acuidade de compreensão do desafio de comunicação expresso no Briefing; c) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; d) A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo PMS e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
Nota do Subquesito: _____	
Justificativa Técnica da Nota:_____	

00352

SARANDI

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária	
Subquesito II - Estratégia de Comunicação Publicitária	
Pontuação	**Critérios**
Notas de 0 a 20, sendo: 0 - Não atende 1 a 5 - Atende pouco 6 a 10 - Atende medianamente 11 a 15 - Atende bem 16 a 20 - Atende com excelência	a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PMS e a seu desafio de comunicação; b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PMS com seus públicos; d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing; e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a PMS, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.
Nota do Subquesito: _____	

Justificativa Técnica da Nota: _____

00353

SARANDI

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária	
Subquesito III - Ideia Criativa	
Pontuação	**Critérios**
Notas de 0 a 20, sendo: 0 - Não atende 1 a 5 - Atende pouco 6 a 10 - Atende medianamente 11 a 15 - Atende bem 16 a 20 - Atende com excelência	a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing; 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) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta; g) Sua pertinência às atividades da PMS e à sua inserção nos contextos social, político e econômico; h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados; i) A exequibilidade das peças e/ou do material; j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.
Nota do Subquesito: _____	
Justificativa Técnica Nota: _____	

00354

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária	
Subquesito IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia	
Pontuação	**Critérios**
Notas de 0 a 15, sendo: 0 - Não atende 1 a 3 - Atende pouco 4 a 7 - Atende medianamente 8 a 11 - Atende bem 12 a 15 - Atende com excelência	a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores; d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PMS; e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e /ou do material; f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.
Nota do Subquesito: _____	
Justificativa Técnica da Nota: _____	

00355

SARANDI

GOVERNO MUNICIPAL

(ANEXO VIII. 2 – MODELO)

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE À LICITANTE

Campanha: _____

Data: _____/_____/_____

Nome do Avaliador: _____

A sigla com as iniciais "**PMS**" refere-se a Prefeitura do Município de Sarandi/PR.

Quesito 2 - Capacidade de Atendimento	
Pontuação	**Critérios**
Notas de 0 a 15, sendo: 0 - Não atende 1 a 3 - Atende pouco 4 a 7 - Atende medianamente 8 a 11 - Atende bem 12 a 15 - Atende com excelência	a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; 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 da PMS; d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato; e) A operacionalidade do relacionamento entre a PMS 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 da PMS, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.
Nota do Subquesito: _____	
Justificativa Técnica da Nota: _____	

00356

Quesito 3 - Repertório	
Pontuação	**Critérios**
Notas de 0 a 10, sendo: 0 - Não atende 1 a 2 - Atende pouco 3 a 5 - Atende medianamente 6 a 8 - Atende bem 9 a 10 - Atende com excelência	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.
Nota do Subquesito: _____	
Justificativa Técnica da Nota: _____	

00357