

**EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 06/2022**  
**PROCESSO Nº 142/2022**

## **1. PREÂMBULO**

**1.1** - O Município de Pato Branco, Estado do Paraná, através da Comissão Especial de Licitação, designada pela Portaria nº 387/2022, torna público aos interessados, que realizará licitação na modalidade Concorrência, **para participação de empresas de qualquer porte**, destinada à contratação de serviços abaixo especificados, conforme autorização constante do protocolo de licitações nº 445257/2022, nas condições fixadas neste Edital e seus anexos, sendo a licitação do tipo “**TÉCNICA E PREÇO**” e será regido em todas suas etapas pela **Lei nº 12.232/10, Lei nº. 4.680/65, Lei nº 8.666/93**, Lei Complementar nº 123/06 e suas posteriores alterações, Decreto nº. 57.690/66, Decreto nº. 4.563/02 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), e demais legislação pertinente à matéria.

**1.2** - O recebimento dos Envelopes nº 1, 2 e 3, contendo a PROPOSTA TÉCNICA, e envelope nº 4 contendo a PROPOSTA DE PREÇOS, dos interessados dar-se-á até às **09 HORAS**, do dia **30 DE JUNHO DE 2022**, para a Comissão Especial de Licitações da Prefeitura Municipal de Pato Branco, na Sala de Abertura de Licitações, sita a Rua Caramuru, nº 271, Centro, em Pato Branco - PR.

**1.3** - O Edital e seus anexos poderão ser examinados e retirados, gratuitamente de 2.<sup>a</sup> a 6.<sup>a</sup> feira, das 08h às 12h e das 13h30 às 17h30, na sede Prefeitura Municipal de Pato Branco, na Divisão de Licitações, na Rua Caramuru, nº 271, Centro, em Pato Branco-PR, ou pelo site [www.patobranco.pr.gov.br](http://www.patobranco.pr.gov.br).

**1.4** - Demais informações poderão ser obtidas pelo telefone para (46) 3220-6088/3220-1563, e-mail: [esporte4@patobranco.pr.gov.br](mailto:esporte4@patobranco.pr.gov.br) / [imprensa@patobranco.pr.gov.br](mailto:imprensa@patobranco.pr.gov.br).

## **2. OBJETO**

**2.1** - A presente licitação tem por objeto a Contratação de Agência de Propaganda e/ou Publicidade para prestação de serviços de publicidade e propaganda, correspondente ao 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, inclusive internet, atuando por ordem e conta do Município de Pato Branco, em conformidade com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010 para atender as necessidades de todas as Secretarias da Administração Municipal.

**2.2** - Para a prestação dos serviços, objeto do presente edital, será contratada 01 (uma) agência de propaganda.

**2.3** - As publicações de atos oficiais exigidos por força de lei específica serão efetuadas no órgão de imprensa oficial do município sem a intermediação da Agência de Propaganda contratada, não sendo, portanto, devido qualquer valor sobre estas publicações.

## **3. DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS**

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

**3.1.1** Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;

**3.1.2** À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

**3.1.3** À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;

**3.1.4** Criação de peças de comunicação publicitária no ambiente digital.

**3.1.4.1** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no item 3.1.1 terão a finalidade de:

**3.1.4.1.1** Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Poder Executivo de Pato Branco, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

**3.1.4.1.2** Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

**3.1.4.1.3** Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

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

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

**3.3** Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominadas agência, licitante, proponente ou contratada.

**3.3.1** Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

**3.3.2** A agência atuará por ordem e conta do Município de Pato Branco, em conformidade com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o item **3.1**, de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

**3.3.3** A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item **2**.

**3.3.4** A agência atuara de acordo com solicitação do Poder Executivo de Pato Branco.

**3.3.5** Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse dos órgãos da administração direta e das entidades da administração indireta do Município de Pato Branco.

#### **4. VALOR MÁXIMO**

**4.1** O investimento máximo da presente contratação é de **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)** para o período de 12 (doze) meses.

**4.2** A readequação do valor do investimento, em relação à licitação anterior, realizada em 2019, levou em consideração, o reajuste na tabela de preço dos veículos de comunicação, em nível regional estadual e nacional.

**4.3** Além disto, a administração municipal necessita estimular a geração de emprego e renda, buscando recompor a economia do Município abalada pelo período crítico da pandemia gerada pelo COVID-19.

**4.4** Dessa forma, justifica-se o incremento no investimento com publicidade, diante da necessidade de difundir os atrativos do Município, no intuito de atrair novos investidores nos setores de comércio, serviços, agronegócios e na área industrial, principalmente nos ramos metal-mecânico, tecnológico e moveleiro.

**4.5** A estimativa de valor prevista constitui-se em mera previsão, não estando ao Município de Pato Branco, obrigado a realizá-la em sua totalidade e não cabendo à licitante vencedora o direito de pleitear qualquer tipo de indenização.

**4.6** O presente valor justifica-se a partir das dotações que as Secretarias e Gabinete dispõem para investir na contratação dos serviços previstos para este objeto, tendo como base o calendário de atividades, projetos e campanhas previstos para cada Secretaria.

#### **5. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**5.1** Para o exercício de 2022, os pagamentos correrão por conta dos recursos das Dotações Orçamentárias seguintes:

**5.1.1** 02.05 GOVERNO MUNICIPAL - DIRETORIA DE COMUNICACAO SOCIAL 041310003.2.003000 Manutenção das atividades da Assessoria de Imprensa - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (52-2143);

- 5.1.2** 04.02 SECRETARIA MUN DE PLANEJAMENTO URBANO - DEP. DE DESENVOLVIMENTO URBANO 154510018.2.238000 Manutenção do Departamento de Planejamento Urbano - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (100-2144);
- 5.1.3** 05.02 SECRETARIA MUN DE ADMIN. E FINANÇAS - DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO 041220007.2.216000 Manutenção das atividades do Departamento Administrativo - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (180-2145);
- 5.1.4** 05.02 SECRETARIA MUN DE ADMIN. E FINANÇAS - DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO 041220007.2.216000 Manutenção das atividades do Departamento Administrativo - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 510 - (181-2146);
- 5.1.5** 05.02 SECRETARIA MUN DE ADMIN. E FINANÇAS - DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO 041220007.2.216000 Manutenção das atividades do Departamento Administrativo - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 511 - (182-2147);
- 5.1.6** 06.02 SECRET.MUN.ENG.OBRAS E SERVICOS PUBLICOS - DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA 154520019.2.021000 Manutenção das atividades do Departamento de Engenharia e Obras - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (413-2148);
- 5.1.7** 07.03 SECRET.MUN.EDUCACAO E CULTURA - DEPARTAMENTO DE ENSINO 123610039.2.276000 Manutenção do Ensino Fundamental - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 104 - (1796-6997);
- 5.1.8** 08.07 SECRETARIA MUNICIPAL DE SAUDE - ADMINISTRACAO DA SAUDE 103010043.2.388000 Manutenção das Atividades da Saude - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 303 - (1650-2150);
- 5.1.9** 09.04 SECRETARIA DE ASSISTENCIA SOCIAL - FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTENCIA SOCIAL 082440024.2.202000 Manutenção das Atividades da Gestao de Assistencia Social - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (750-2152);
- 5.1.10** 10.02 SECRET.MUN.DE DESENV.ECONOMICO - DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO ECONOMIC 226610027.2.054000 Manter atividades do Departamento de Desenvolvimento Econômico - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (847-2153);
- 5.1.11** 11.02 SECRETARIA MUNICIPAL DE AGRICULTURA - DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA 206060029.2.070000 Manutenção das atividades de Desenvolvimento Rural - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (956-2154);
- 5.1.12** 12.02 SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE - DEPARTAMENTO DESENVOLVIMENTO AMBIENTAL 185410033.2.076000 Manutenção das atividades do Departamento de Meio Ambiente - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (1018-2155);
- 5.1.13** 16.02 SEC.MUNICIPAL DE ESPORTE,LAZER - DEPARTAMENTO DE ESPORTE E LAZER 278120041.2.224000 Manut.das atividades do Dpto de Esporte e Lazer - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 511 - (1193-2158);
- 5.1.14** 17.02 SEC.MUN.DE CIENCIA TECNOLOGIA E INOVACAO - DEPARTAMENTO DO PARQUE TECNOLOGICO 195730025.2.241000 Manutenção das atividades do Departamento Administrativo e Financeiro - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (1242-2159).
- 5.2** - Para os exercícios financeiros futuros, as despesas correrão à conta das dotações próprias que forem aprovadas.

## **6. ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO**

**6.1** - Qualquer cidadão é parte legítima para solicitar esclarecimento ou impugnar edital de licitação por irregularidade, devendo apresentar seu pedido até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a recebimento dos envelopes.

**6.1.1** - O termo de impugnação poderá ser protocolado junto a Prefeitura Municipal de Pato Branco na Rua Caramuru, nº 271, Centro, em Pato Branco - PR, à Comissão Especial de Licitação, ou encaminhado via e-

mail: esporte4@patobranco.pr.gov.br / imprensa@patobranco.pr.gov.br.

**6.1.2** - Demais informações poderão ser obtidas pelos telefone/fax (46) 3220-6088/1563.

**6.1.3** - Após o envio do e-mail, o responsável pelo envio deverá entrar em contato com a Divisão de Licitações para confirmar o recebimento do e-mail e do seu conteúdo.

**6.2** - Decairá do direito de impugnar os termos do edital de licitação perante a Administração o licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a entrega dos envelopes, apontando as falhas ou irregularidades que viciariam esse edital, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso, conforme § 2º do Art. 41 da Lei 8.666/93.

**6.3** - Considera-se licitante, para efeito do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital.

**6.4** - Os pedidos de impugnação e esclarecimentos serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, nos termos da Lei nº 8.666/1993.

**6.5** - Os pedidos de esclarecimento e impugnação não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no preâmbulo deste edital.

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

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

## **7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

**7.1** Somente poderão participar da presente licitação as empresas jurídicas qualificadas como Agência de Propaganda, expressamente prevista no contrato social, nos termos do disposto no art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, legalmente constituídas e que sejam portadoras de certificado de qualificação técnica de funcionamento expedido pelo Conselho Executivo de Normas Padrão CENP, nos termos do art. 4º § 1º, da Lei nº 12.232/2010.

**7.2** Empresas que estiverem constituídas no Brasil de acordo com as leis brasileiras.

**7.3 NÃO PODERÃO PARTICIPAR DIRETA OU INDIRETAMENTE DESTA LICITAÇÃO**, além dos enumerados no art. 9º, da Lei nº 8.666/1993.

**7.3.1** Empresa que tenha sido declarada inidônea para licitar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública, ou, ainda, que esteja cumprindo suspensão do direito de licitar e de contratar com o Município de Pato Branco.

**7.3.2** Empresa sob processo de falência, concordata ou recuperação judicial, dissolução ou liquidação exceto aquelas cujo plano de recuperação já tenha sido acolhido/homologado pelo juízo competente, o que deverá ser comprovado documentalmente pela licitante.

**7.3.3** Empresa cujos diretores, responsáveis legais ou técnicos, sócios ou membros de conselho técnico, consultivo, deliberativo, administrativos ou dirigentes sejam parentes, em linha reta ou colateral, consanguínea ou afim que figurem como servidor, vereador ou ocupante de cargo comissionado na Prefeitura Municipal de Pato Branco.

**7.4** – Caso, membro da subcomissão técnica tenha sido sorteado, e a agência a qual esteja vinculado participe do certame, deverá a licitante comunicar formalmente a administração que irá afastá-lo do certame e substituí-lo por um suplente.

## **8. CUSTOS DA LICITAÇÃO**

**8.1** - A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência.

**8.2** - O Município de Pato Branco, em nenhuma hipótese, será responsável por tais custos, quaisquer que sejam os procedimentos seguidos na licitação ou os resultados desta.

## **9. PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DA LICITAÇÃO**

**9.1** - O invólucro nº 01 - destinado à apresentação da Via não Identificada, será fornecido de forma padronizada pela Divisão de Licitações do Município de Pato Branco às empresas.

**9.1.1** - As empresas interessadas deverão retirar o envelope nº 01 - Via não Identificada, na Divisão de Licitações do Município de Pato Branco, situado na Rua Caramuru, 271, Centro, Pato Branco - PR, em horário de expediente, das 08h00m às 12h00m e das 13h30m às 17h30m, até à data de realização do certame, prevista no preâmbulo deste edital.

**9.2** - Na data, horário e local indicados para a realização da sessão pública de Licitação, conforme indicado no Preâmbulo deste Edital, a Comissão Especial de Licitação, na presença facultativa das proponentes interessadas, devidamente credenciadas, procederá à abertura dos Envelopes nº 1 e 3, PROPOSTA TÉCNICA - Plano de Comunicação Publicitária (sem identificação) e a PROPOSTA TÉCNICA - Conjunto de Informações Referentes a Proponente, respectivamente, obedecendo os seguintes procedimentos:

**9.2.1** - Os envelopes, fornecidos de forma padronizada pelo Município de Pato Branco, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (envelope nº 1), bem como o conteúdo da proposta só serão recebidos pela Comissão Especial de Licitação se não apresentarem marca, sinal, rasuras, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante. A licitante que descumprir este quesito será desclassificada, sem atribuição de pontuação em qualquer quesito.

**9.2.2** - A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal, rubrica ou marca nos envelopes nº 1 (**VIA NÃO IDENTIFICADA**), Plano de Comunicação Publicitária, nem nos documentos que a integram.

**9.2.3** - A Comissão Especial de Licitação elaborará ata e, em ato contínuo, encaminhará à Subcomissão Técnica os Envelopes nº 1 e 3, já abertos, para análise e julgamento, citando o número de participantes.

**9.2.4** - Nenhum integrante da Subcomissão Técnica poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços (envelopes nº 1, 2, 3 e 4).

**9.3** - A Subcomissão Técnica fará a análise e julgamento individualizado do Plano de Comunicação Publicitária, envelope nº 1 - **VIA NÃO IDENTIFICADA**, desclassificando as propostas que estiverem em desacordo com as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6.º da Lei Federal nº 12.232/2010.

**9.4** - A Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhará à Comissão **Especial de** Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**9.5** - A Subcomissão Técnica fará a análise e julgamento individualizado do Conjunto de Informações referente à Licitante (envelope nº 3), desclassificando as propostas que estiverem em desacordo com as exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório.

**9.6** - A Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento dos quesitos constantes no Conjunto de Informações referentes à Licitante e encaminhará à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**9.7** - A Comissão Especial de Licitação convocará as interessadas mediante publicação para a realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

**9.7.1** - Abertura dos envelopes nº 2, com a via identificada da Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária.

**9.7.2** - Comparação entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para confirmação de autoria (envelopes nº 1 e 2).

**9.7.3** - Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica.

**9.7.4** - Proclamação do resultado do julgamento geral das propostas técnicas (envelopes nº 1, 2 e 3), registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a respectiva ordem de classificação.

**9.8** - Após a proclamação do resultado, a Comissão Especial de Licitação publicará o resultado do julgamento das propostas técnicas, com a respectiva pontuação e a indicação das proponentes desclassificadas e a ordem de classificação, abrindo-se o prazo para interposição de recursos, relativo ao julgamento das Propostas Técnicas, conforme disposto na alínea b, do inciso I, do art. 109 da Lei nº 8.666/93.

**9.9** - Decorrido o prazo para a interposição de recursos ou decididos os interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as interessadas mediante publicação, para a sessão pública de abertura das Propostas de Preços (envelopes nº 4), observando o disposto no § 2º do art. 46 da Lei nº 8.666/93.

**9.10** - Na sessão pública de abertura das Propostas de Preços, (envelope nº 4), será composta a Planilha Geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos conforme dispõem os itens 16 e 17 e subitens deste Edital.

**9.11** - Publicação do resultado do julgamento final das propostas **a que se refere o item 18.2**, abrindo-se o prazo para interposição de recursos relativos ao julgamento final, conforme dispõe a alínea b, do inciso I, do art. 109 da Lei nº 8.666/93.

**9.12** - Após julgamento dos recursos, se houver, será procedida à convocação, com a devida publicação das licitantes classificadas no julgamento final para **sessão pública para o recebimento e análise dos Documentos de Habilitação**, dos licitantes classificados no julgamento final **das propostas**, procedendo sua análise e julgamento.

**9.13** - A sessão pública de recebimento e julgamento dos Documentos de Habilitação obedecerá aos seguintes procedimentos:

**9.13.1** - A Comissão Especial de Licitação procederá ao recebimento e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas em sessão pública previamente marcada, com a análise dos mesmos conforme dispõe o item 19 e subitens.

**9.13.2** - Concluída a análise, a Comissão Especial de Licitação anunciará a decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "a" do inciso I do art. 109 da Lei Federal nº 8.666/93.

**9.13.3** - Decorrido o prazo para a interposição de recursos ou decididos os interpostos, ou ainda, em caso de desistência expressa manifestada por todas as licitantes da intenção de sua interposição a Comissão Especial de Licitação declarará a licitante vencedora, **a mais bem classificada no julgamento final e que tiver sido habilitada**, e encaminhará o procedimento licitatório para a Procuradoria Geral do Município para análise, e posteriormente ao Chefe do Executivo Municipal para a devida adjudicação e homologação do processo.

**9.14** - De todas as fases do processo serão lavradas atas circunstanciadas a respeito, que deverão ser assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

**9.15** - O resultado de cada fase da licitação será publicado no Jornal Diário do Sudoeste (Órgão de Imprensa Oficial), sites oficiais: <http://www.diariomunicipal.com.br/amp> e [www.patobranco.pr.gov.br](http://www.patobranco.pr.gov.br).

**9.16** - É obrigação da proponente observar e acompanhar rigorosamente os editais, todas as fases do certame e comunicados oficiais divulgados, ler e interpretar o conteúdo destes, desobrigando totalmente o órgão licitador, por interpretações errôneas ou inobservâncias.

**9.17** - A proponente deverá indicar a Comissão todos os meios de contato (telefone/endereço eletrônico (e-mail)), para comunicação, obriga-se a manter os dados devidamente atualizados durante todo o decurso processual. Será de sua inteira responsabilidade o retorno imediato de todos os atos comunicados, os quais serão considerados recebidos, não lhe cabendo qualquer alegação de não recebimentos dos documentos.

**9.18** - 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.

**9.19** - Das decisões e atos da Comissão de Licitação as partes poderão interpor os recursos previstos na Lei 8.666/93 e suas posteriores alterações.

**9.20** - O Município de Pato Branco adjudicará o objeto à licitante cuja proposta atender integralmente aos requisitos do presente Edital e seus anexos.

**9.21** - O resultado final da licitação será submetido à homologação pelo Prefeito Municipal.

## **10. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

**10.1** - Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

**10.2** - Os documentos para credenciamento deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

**10.3** - Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente.

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

**10.5** - Durante os trabalhos somente será permitida manifestação, oral ou escrita, do representante legal ou credenciado pela licitante proponente.

**10.6** - A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

**10.7** - 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. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no preâmbulo do edital.

**10.8** - A ausência de representante não invalida a participação da proponente, bem como não interfere no prosseguimento do certame.

**10.9** - Será permitida a participação de somente 1 (um) representante por licitante.

**10.10** - Os documentos comprobatório de microempresa ou empresa de pequeno porte (quando for o caso) solicitados no item 11.1, deverão ser entregues a Comissão Especial de Licitação juntamente com os documentos de credenciamento.

## **11. PARTICIPAÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE**

**11.1** - Para efeitos da Lei Complementar nº 123/2006, as microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar, a fim de comprovar o enquadramento:

**a) Declaração de enquadramento de microempresa ou empresa de pequeno porte** (conforme modelo - Anexo IV).

**b) Certidão Simplificada expedida pela Junta Comercial do Estado**, com data de emissão não superior a 06 (seis) meses.

**c) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social (2020/2021)** já exigíveis e apresentados na forma da lei, a fim de verificar a receita bruta do exercício. Serão considerados aceitos na forma da lei, o Balanço Patrimonial e Demonstrações contábeis apresentadas através de: cópia ou fotocópia do livro Diário devidamente autenticada na Junta Comercial de sede ou domicílio da licitante, ou outro órgão equivalente inclusive com os termos de Abertura e Encerramento ou publicação em Diário Oficial, ou publicação em jornal, ou por cópia ou fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da Sede ou domicílio da licitante.

**11.2** - Caso não seja apresentado os documentos solicitados, nas alíneas “a”, “b” e “c”, do item 11.1, não serão concedidos os benefícios da Lei 123/2006.

**11.3** - A falsidade da declaração prestada objetivando os benefícios da Lei Complementar nº 123 caracterizará crime de que trata o art. 299 do Código Penal, sem prejuízo do enquadramento em outras figuras penais e da sanção administrativa prevista neste edital.

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

**11.4.1** - Havendo alguma restrição na comprovação da **regularidade fiscal**, será assegurado o prazo de 05 dias úteis prorrogáveis por igual período, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa. Na falta da regularização da documentação, no prazo previsto, será aplicada multa de 10% (dez por cento) do valor total do objeto licitado pela proponente vencedora da licitação.

**11.4.2** - A não regularização da documentação, no prazo previsto no item supra, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei nº 8.666/93, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

## **12. APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES CONTENDO AS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS**

**12.1** - As licitantes deverão entregar no dia, hora e local definido no preâmbulo deste Edital, à Comissão Especial de Licitação, sua **proposta técnica** em 3 (três) envelopes distintos e separados, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, cujo envelope não conterá nenhuma identificação e será fornecido de forma padronizada pelo Município de Pato Branco, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

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

**12.1.2** - O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação vigente.

**12.1.3** - Deverão apresentar ainda, em um envelope distinto dos demais, **sua proposta de preços**.

**12.1.4** - No **INVÓLUCRO Nº 1** deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada. Este envelope não poderá conter qualquer marca, sinal, rubrica, etiqueta ou identificação externa ou interna, e será fornecido de forma padronizada pelo Município de Pato Branco

**12.1.4.1** - Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação. O Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;



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

**12.1.4.1.1 – Os invólucros 2, 3 e 4 deverão estar identificados, preferencialmente, por etiquetas conforme modelos abaixo:**

**ENVELOPE Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA  
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA**

AO  
MUNICÍPIO DE PATO BRANCO  
Razão Social: .....  
CNPJ Nº: .....  
Concorrência nº 06/2022

**ENVELOPE Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA - DEMAIS INFORMAÇÕES INTEGRANTES DA  
PROPOSTA TÉCNICA**

AO  
MUNICÍPIO DE PATO BRANCO  
Razão Social: .....  
CNPJ Nº: .....  
Concorrência nº 06/2022

**ENVELOPE Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS**

AO  
MUNICÍPIO DE PATO BRANCO  
Razão Social: .....  
CNPJ Nº: .....  
Concorrência nº 06/2022

**12.2 - Os invólucros contendo as propostas técnicas e de preços deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação na data, local e horário determinados no preâmbulo deste edital.**

**12.3 - A Comissão Especial de Licitação somente receberá os envelopes contendo o Plano de Comunicação Publicitária - **Via não Identificada**, se estiver acondicionado no envelope nº 01 fornecido pela Divisão de Licitações e se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar o licitante.**

**12.4 - A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.**

**12.5 - O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.**

**12.6 - Exceto o Invólucro nº 1, os demais envelopes deverão ser providenciados 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.**

### **13. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA:**

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

**13.2** - As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

**13.2.1** - Um (1) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com os órgãos e entidades do Poder Executivo do Município de Pato Branco.

**13.3** - A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, sendo 3 (três) deles sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Executivo do Município de Pato Branco, todos previamente cadastrados pelo Poder Executivo de Pato Branco.

**13.3.1** - A relação dos nomes referidos no subitem 13.3 deste Edital será publicada pela Comissão Especial de Licitação no Diário Oficial do Município de Pato Branco, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

**13.3.2** - O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Poder Executivo do Município de Pato Branco, nos termos dos subitens 13.2.1 e 13.3.

**13.3.3** - A relação prevista no subitem 13.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Poder Executivo do Município de Pato Branco.

**13.3.4** - Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 13.3, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.

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

**13.3.6** - A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 13.

**13.3.6.1** - Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 13.3.

**13.3.6.2** - Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

**13.3.7** - A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 13.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

### **14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES Nº 1, 2 E 3)**

**14.1** - A Proposta Técnica, constante no envelope nº 01, contendo o Plano de Comunicação Publicitária - **Via não identificada**, deverá ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser obrigatoriamente redigidas em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras.

**14.2** - A Proposta Técnica, constante nos envelopes nº 2 e 3, contendo o Plano de Comunicação Publicitário - **Via identificada e o Conjunto de Informações**, deverão ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser obrigatoriamente redigida em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo,

número do telefone e e-mail, devendo ser assinadas em sua parte final, bem como rubricadas em todas as folhas pelo representante legal da Licitante.

**14.3 - O Plano de Comunicação Publicitária**, constante nos envelopes nº 01 e 02 - Via não identificada e Via identificada terão o mesmo teor conforme art. 9º § 2º da Lei 12.232/10 e serão elaborados com base no Briefing - constante no Anexo I e deverão atender aos seguintes quesitos, a serem avaliados pela Sub Comissão de Técnica:

- a) Raciocínio Básico;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) Ideia criativa;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

**14.3.1 - O Plano de Comunicação Publicitária (Envelopes 01 e 02)** deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- b) Com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) Com textos justificados;
- e) Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- f) Com texto e numeração de páginas em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;
- g) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, a partir da primeira página interna, no canto inferior direito da página;
- h) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- i) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- j) Sem identificação da licitante no envelope referente a Via Não Identificada.

**14.3.1.1 - Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária** poderão ter gráficos e ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados ou informações dos quadros ou tabelas devem ser editados na fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “10 pontos”;
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentados em papel A3 dobrado. Neste caso, para fins do limite previsto no subitem 14.3.1.5, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

**14.3.1.1.1** - As especificações do subitem 14.3.1.1 aplicam-se à indicação prevista no subitem **14.3.2.3 alínea D**.

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

**14.3.1.3 - As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito** poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

**14.3.1.4 - Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito “Ideia Criativa”** serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 14.3.1.1.

**14.3.1.5 - Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação das peças da Ideia Criativa** estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses

subquestos.

**14.3.1.6** - Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

a) Para fins deste processo, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.

b) Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem 14.3.1.5 e devem seguir as especificações do subitem 14.3.1, no que couber.

**14.3.2** - O Plano de Comunicação Publicitária, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing constante no Anexo I deste Edital, observadas as seguintes disposições:

**14.3.2.1** - Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo de Pato Branco, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o problema específico de comunicação a ser enfrentado.

**14.3.2.2** - Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela licitante (Poder Executivo de Pato Branco), compreendendo:

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

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

**14.3.2.3** - Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) Apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem **14.3.2.3**, com comentários sobre cada peça e ou material;

b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

c) Os comentários mencionados na alínea "a" do subitem 14.3.2.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas esperadas de cada peça e ou material.

d) Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado "fisicamente", conforme estabelecido na alínea "b" do subitem 14.3.2.3 e na alínea "a" do subitem 14.3.2.3, a relação prevista na alínea "a" do subitem 14.3.2.3 deverá ser elaborada em dois blocos, sendo um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

e) Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea "b" do subitem 14.3.2.3:

§ 1º Estão limitados a 15 (quinze), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, devendo ser observadas as seguintes regras:

I - As reduções e variações de formato serão consideradas como peças;

II - Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

III - Anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;

IV - Anúncio para tablets e dispositivos similares com mais de uma página será considerado uma peça;

V - Adesivagem de fingers e similares será considerada uma peça;

VI - Um hot site e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

VII - Um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

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

**§ 2º** Podem ser apresentados sob a forma de:

I - roteiro, leiaute ou story-board impressos, para qualquer meio;

II - protótipo ou “monstro”, para rádio e internet;

III - Story-board animado ou animatic, para TV e cinema.

**§ 3º** Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta - exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, internet - destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 14.3.2.3.

**§ 4º** Os story-boards animados ou animatics e os protótipos poderão ser apresentados em *mídias digitais*, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

**§ 5º** As peças para a internet poderão ser produzidas em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

**§ 6º** As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do envelope podem ser dobradas.

**14.3.2.4 - A Estratégia de Mídia e Não Mídia** deverá ser constituída de:

**a)** Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

**b)** Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

**c)** Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 14.3.2.4 deverão constar de tal simulação.

**d)** Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

§ 1º O período de distribuição das peças e ou material;

§ 2º As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

§ 3º Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

§ 4º Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

§ 5º As quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

§ 6º Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

§ 7º Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

**e)** Na referida simulação:

§ 1º Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

§ 2º No caso de veículos de comunicação que não trabalham com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos;

I - Para os fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais que está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação, fica restrita às redes sociais Facebook, Instagram, Telegran, Twitter, LinkedIn e Youtube.

II - Outros veículos de comunicação e divulgação e comunicação que não atuem com tabela de preços e que não sejam considerados como formas inovadoras de comunicação para fins desta licitação não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação.

§ 3º Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

**14.3.2.5** - A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa e a via identificada deverá possuir a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**14.4** - O Conjunto de informações (ENVELOPE nº 3) terá como critérios de julgamento, pela Subcomissão Técnica, a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, devendo levar em conta as seguintes orientações:

**14.4.1** - Capacidade de Atendimento:

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

§ 1º Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 14.4.1 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

§ 2º Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 14.4.1 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope.

§ 3º Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

a) A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

§ 1º Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

§ 2º A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido - contendo, no mínimo, nome, formação e experiência - dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, peças para mídia *online*, mídia e atendimento;

§ 3º As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

§ 4º A sistemática de atendimento e discriminar 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;

§ 5º A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Pato Branco, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

*I - O Município Pato Branco, se reserva ao direito de solicitar, durante a execução do contrato, o instrumento de contratação do instituto de pesquisa, observada a categoria da agência registrada no CENP - Conselho executivo das Normas Padrão.*

#### **14.4.2 - Repertório**

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

§ 1º Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 14.5.1. poderá ser editada em papel A3 dobrado.

§ 2º Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope.

§ 3º Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

**b)** O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

§ 1º A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

I - As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos, preferencialmente, a partir de 1º de janeiro de 2020, mas serão aceitas peças e/ou materiais veiculados dentro do período máximo de 4 (quatro) anos anteriores à publicação deste edital.

II - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive, CD, DVD*.

III - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem "a" do item 14.4.2, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

IV - Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no § 1º do subitem "b" do item 14.4.2, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no julgamento das propostas.

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

**d)** As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo Município de Pato Branco, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

#### **14.4.3- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

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

§ 1º Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem "a" do item 14.4.3. poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem "b" do item 14.4.3 o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

§ 2º Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope.

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

§ 1º As propostas de que trata o subitem anterior devem ter sido implementadas, preferencialmente, a partir de 1º de janeiro de 2020, mas serão aceitas propostas implementadas dentro do período máximo de 4 (quatro) anos anteriores à publicação deste edital.

§ 2º Se a licitante apresentar 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no julgamento das propostas.

§ 3º Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes.

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

§ 4º É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato, sendo que, se incluídas:

I - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive* CD ou DVD;

II - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 14.6.1, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente, sendo que, em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

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

## **15. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA (envelopes nº 1, 2 e 3)**

**15.1** - A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a seguinte metodologia:

**15.1.1** - Plano de Comunicação Publicitária, o qual terá pontuação limitada em 70 (setenta) pontos, distribuída nos itens a seguir:

**a)** Raciocínio básico: 05 (cinco) pontos;

**b)** Estratégia de comunicação publicitária: 25 (vinte e cinco) pontos;

**c)** Ideia criativa: 25 (vinte e cinco) pontos e,

**d)** Estratégia de mídia e não mídia: 15 (quinze) pontos.

**15.1.2** - Conjunto de Informações, que terá pontuação limitada em 30 (trinta) pontos, distribuídos nos itens a seguir:

**a)** Capacidade de Atendimento: 20 (vinte) pontos;

**b)** Repertório: 5 (cinco) pontos;

**c)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 5 (cinco) pontos.

**15.2** - A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos obtidos de cada membro da Subcomissão Técnica.

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

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



**15.3** - A Nota da Proposta Técnica - NPT corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos pelos quesitos, como segue:

$$\mathbf{NPT} = Ppc + Pca + Prp + Prel$$

Onde:

NPT = Nota da Proposta Técnica

Ppc = Pontuação obtida pelo Plano de Comunicação Publicitária

Pca = Pontuação obtida pela Capacidade de Atendimento

Prp = Pontuação obtida pelo Repertório

Prel = Pontuação obtida pelos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

**15.4** - Será desclassificada a Proposta:

- a) Que não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Cujas NPT não alcançar 80 (oitenta) pontos;
- c) Obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 15.5.1.1 a 15.5.1.7.

**15.5** - Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito abaixo elencados.

**15.5.1** - Plano de Comunicação Publicitária: o Plano de Comunicação Publicitária compreende os seguintes quesitos:

**15.5.1.1** - Raciocínio Básico: entende-se por Raciocínio Básico para fins desta licitação a acuidade de compreensão:

- a) Das funções e do papel do Município de Pato Branco, nos contextos social, político e econômico;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Pato Branco com seus públicos;
- c) Das características do Município de Pato Branco e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) Do problema específico de comunicação a ser enfrentado pelo Município de Pato Branco;
- f) Das necessidades de comunicação para o Município de Pato Branco enfrentar esse problema.

**15.5.1.2** - Estratégia de Comunicação Publicitária: entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação:

- a) A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação do Município de Pato Branco e a seu problema específico de comunicação;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Pato Branco com seus públicos;
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Pato Branco;
- 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 o Município de Pato Branco, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e

a verba disponível.

**15.5.1.3 - Ideia Criativa:** entende-se por Ideia Criativa para fins desta licitação:

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de Pato Branco;
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) Sua pertinência às atividades do Poder Executivo do Município de Pato Branco 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.

**15.5.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia:** entende-se por Estratégia de Mídia e Não Mídia para fins desta licitação:

- 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 do Município de Pato Branco;
- 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.

**15.5.1.5 - Capacidade de Atendimento:** entende-se por Capacidade de Atendimento para fins desta licitação:

- 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 do Município de Pato Branco;
- d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) A operacionalidade do relacionamento entre o Município de Pato Branco e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Poder Executivo do Município de Pato Branco, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

**15.5.1.6 - Repertório:** entende-se por Repertório para fins desta licitação:

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) A clareza da exposição das informações prestadas.

**15.5.1.7 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** entende-se por Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para fins desta licitação:

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

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

**16.1** - A Proposta de Preços deverá acondicionada no Envelope nº 4, deverá ser:

- a) Apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas e sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
- b) Datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 16.2, 16,3 E 16.4, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- c) Elaborada em três documentos distintos, descritos nos subitens 16.2, 16.3 e 16.4 - Anexos I-A, I-B e I-C.

**16.2** - A licitante deverá apresentar Proposta de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do modelo do Anexo I-A.

**16.3** - A licitante deverá apresentar Declaração de que a elaboração de sua proposta foi feita de forma independente, nos termos do Modelo do Anexo I-B deste edital.

**16.3.1** - A Declaração do subitem 16.3 deverá ser feita sob as penas da lei, sendo responsável a empresa e o responsável legal que a assinou, administrativa, civil e criminalmente, caso seja descoberto que não representa aquilo que aparenta.

**16.4** - A licitante deverá elaborar Declaração, nos termos do modelo do Anexo I-C, deste edital na qual:

- a) Comprometer-se-á a evitar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Município de Pato Branco as vantagens obtidas;
- b) Informará que os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato, serão de sua inteira responsabilidade, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro;
- c) Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas;

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

## **17. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

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

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

**17.3** - Os quesitos a serem valorados são os integrantes do Modelo que constitui o Anexo I-A deste Edital, ressalvado que **NÃO** será aceito:

- a) desconto de 0% (zero por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

**b)** percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

**c)** percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

**d)** percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

**17.4** - A Nota da Proposta de Preços (NPP) será apurada conforme a metodologia especificada nos subitens seguintes.

**17.4.1** - A Comissão Especial de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

<b>Quesitos - Desconto/Honorários</b>	<b>Pontos (P)</b>
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "a" do subitem 17.3	$P1 = 0,2 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "b" do subitem 17.3	$P2 = 2,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "c" do subitem 17.3	$P3 = 2,5 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "d" do subitem 17.3	$P4 = 4,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos "desconto" e "honorários" serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".

**17.4.2** - A NPP corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 17.4.1, como segue:

$$\mathbf{NPP = P1 + P2 + P3 + P4.}$$

**17.4.2.1** - Se houver divergência entre o valor em algarismos e o valor por extenso, constantes da planilha que constitui o Anexo I-A deste Edital, prevalecerá o valor por extenso.

## **18. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

**18.1** - O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal nº 8.666/1993 para o tipo técnica e preço.

**18.2** - A Nota Final (NF) será calculada com duas casas decimais e obtida pela seguinte fórmula:

$$\mathbf{NF = (NPT \times 7) + (NPP \times 3).}$$

**18.3** - Se, após a apuração das notas houver empate(s) que impeça(m) a identificação automática das três licitantes mais bem classificadas, será(ão) classificada(s) a(s) agência(s) que obtiver(em) a(s) maior(es) pontuação(ões), sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, constantes dos subitens **15.5.1.1**, **15.5.1.2**, **15.5.1.5** e **15.5.1.6**, respectivamente.

**18.3.1.** Se, após adotada a regra do subitem 18.3, persistir(em) o(s) empate(s), o desempate será feito por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 9.15 deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

## **19. RECEBIMENTO E ABERTURA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO DOS LICITANTES CLASSIFICADOS NO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

**19.1.** Para a habilitação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas, os interessados deverão apresentar em sessão pública de abertura dos documentos exigidos para habilitação, observado o disposto art. 32 da Lei nº. 8.666/93, a documentação abaixo indicada:

**19.1.1** - A documentação relativa à **HABILITAÇÃO JURÍDICA**, conforme o caso consistirá em:

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual.
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor (e a última alteração contratual), devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores.
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício.
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

**19.1.2** - A documentação relativa à **REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA** consistirá em:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ/MF).
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuinte Estadual ou Municipal, relativa ao domicílio ou sede da proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.
- c) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal mediante apresentação de **Certidão Conjunta de Débitos relativos a Tributos Federais e a Dívida Ativa da União**, expedida pela Receita Federal do Ministério da Fazenda.
- d) Prova de regularidade para com a **Fazenda Estadual** do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei.
- e) Prova de regularidade para com a **Fazenda Municipal** do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei.
- f) Certificado de Regularidade para com o **Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS)**, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por Lei.
- g) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de **Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT)**, emitida eletronicamente através do site <http://www.tst.jus.br>.

**19.1.2.1** - Em se tratando de microempresa ou empresa de pequeno porte, havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, desde que atendidos os demais requisitos do Edital, as empresas nesta condição serão declaradas habilitadas sob condição de regularização da documentação no prazo de 05 (cinco) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública.

**19.1.2.2** - A não regularização da documentação, no prazo previsto no item supra, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no Artigo nº 81 da Lei nº 8.666/93, sendo facultado à

Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura da Ata de Registro de Preços, ou revogar a licitação.

**19.1.2.3** - Na falta da regularização da documentação, no mesmo prazo previsto, a Administração poderá aplicar a multa de 10% (dez por cento) do valor total do objeto licitado pela proponente vencedora da licitação.

**19.1.3** - A documentação relativa à **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** consistirá:

**a)** Balanço patrimonial e demonstrações contábeis referente ao último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de três (3) meses da data de apresentação da proposta. Se necessária a atualização do balanço e do capital social, deverá ser apresentado, juntamente com os documentos em apreço, o memorial de cálculo correspondente;

**a.1)** a licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, autenticadas pela Junta Comercial;

**a.2)** entenda-se por “na forma da lei”:

**I** - Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia autenticada do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraída (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº486/1969);

**II** - Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº6.404/1976);

**III** - Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

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

**a)** do balanço referido na alínea “a” do subitem **19.1.3**, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maior ou igual a um (> ou = 1):

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

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

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

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

Passivo Circulante

b) das demonstrações contábeis referidas na alínea “a1” do subitem 19.1.3, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

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

**19.1.3.2** - Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” do subitem 19.1.3.1 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

**19.1.3.3** - A licitante que apresentar resultado menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea “a” ou “b”, do subitem 19.1.3.1, deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo equivalente 5 % do valor global do contrato, ou seja, R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

**19.1.3.4** - Os documentos de que tratam as alíneas “a” e “a.1” do subitem 19.1.3 deverão estar assinados pelo responsável pela contabilidade da licitante, com a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

**b) Certidão Negativa de Falência e Concordata** expedida pelo Cartório Judicial Distribuidor (ou distribuidores) da Comarca da sede da pessoa jurídica, ou Tribunal de Justiça, da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 30 (trinta) dias corridos antes da data de apresentação dos documentos de Habilitação ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão.

**c) Certidão Negativa de Recuperação Judicial**, expedida pelo Cartório Judicial Distribuidor (ou distribuidores) da Comarca da sede da pessoa jurídica, ou Tribunal de Justiça, da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 30 (trinta) dias corridos antes da data de apresentação dos documentos de Habilitação ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão.

**19.1.3.1** - As proponentes que se encontram, mesmo que indiretamente sob recuperação judicial ou extrajudicial deverão apresentar plano de recuperação que já tenha sido acolhido e/ou homologado (quando for o caso) pelo juízo competente.

**19.1.4** - A documentação relativa à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** consistirá em:

**a)** Cópia do certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão - **CENP**, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

#### **19.1.5 - DECLARAÇÕES**

**a) Declaração da licitante**, assinada pelo seu representante legal, **de que não pesa contra si inidoneidade** expedida por órgão público, de qualquer esfera de governo, bem como Declaração cumprindo o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal e Declaração de comprometimento de manter as condições de habilitação e qualificação durante a vigência **do contrato** (conforme modelo em anexo).

**b) Declaração da licitante**, assinada pelo seu representante legal, na forma do art. 9º, inciso III da Lei 8.666/93 (conforme modelo em anexo).

**19.1.6** - Todos os documentos deverão estar dentro dos respectivos prazos de validade e poderão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia, desde que autenticada.

**19.2** - O Certificado de Registro Cadastral emitido pela Divisão de Licitações, desde que válido, poderá substituir os documentos indicados nos subitens **19.1.1, 19.1.2 e 19.1.3, "a"**, sendo que aos demais é obrigatória a apresentação.

**19.3** - A falta de qualquer dos documentos previstos no item 19 deste Edital implicará na Inabilitação da proponente.

**19.4** - Não será admitida a complementação posterior de documentos, salvo na hipótese em que todas as licitantes forem inabilitadas ou classificadas, situação em que poderá ser aplicado o disposto no art. 48, § 3º da Lei n.º 8.666/93.

**19.5** - Todos os documentos deverão estar dentro dos envelopes e dos seus respectivos prazos de validade e poderão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia, desde que autenticada por Cartório competente, membro da Comissão Especial de Licitação do Município de Pato Branco - PR, ou publicação legal.

**19.6** - Quaisquer documentos emitidos via Internet, terão sua autenticidade confirmada pela Comissão de Licitação.

**19.7** - O caderno da documentação deverá, preferencialmente, ser precedido de um sumário, com a indicação das matérias e páginas correspondentes, todas as folhas deverão ser rubricadas pelo representante legal da licitante e numeradas sequencialmente, apresentando ao final de cada volume, um Termo de Encerramento.

**19.8** - Não serão aceitos documentos em forma de 'FAX ou equivalente' e nem a apresentação de protocolo ou comprovantes de pagamento em substituição a documento solicitado como definitivo.

**19.9** - Sob pena de inabilitação, todos os documentos apresentados para habilitação deverão estar:

**a)** em nome do licitante, com número do CNPJ e endereço respectivo.

**b)** em nome da sede (matriz), se o licitante for a sede (matriz).

**c)** em nome da filial, se o licitante for a filial, salvo aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente forem emitidos somente em nome da sede (matriz).

**19.20** - A licitante classificada no julgamento final desta concorrência que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será inabilitada, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.21.1.

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

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

**19.22** - Para a análise da habilitação das licitantes, na forma do subitem 17.1 também serão realizadas consultas ao Cadastro Unificado de Fornecedores do Município de Pato Branco, no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União (CGU), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

## **20. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

**20.1** - Aos proponentes é assegurado o direito de interposição de Recurso, nos termos do artigo 109 da Lei nº 8.666/93, o qual será recebido e processado conforme segue:



I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

- a) Julgamento das propostas Técnica e de Preços.
- b) Habilitação ou inabilitação do licitante.
- c) Anulação ou revogação da licitação.
- d) Indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento.
- e) Rescisão do contrato, a que se refere o inciso I do art. 79 desta Lei. (Redação dada pela Lei nº 8.883, de 1994)
- f) Aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa.

II - Representação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do contrato, de que não caiba recurso hierárquico.

§ 1º A intimação dos atos referidos no inciso I, alíneas "a", "b", "c" e "d", excluídos os relativos à advertência e multa de mora, será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para os casos previstos nas alíneas "a" e "b", se presentes os prepostos dos licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

§ 2º O recurso previsto nas alíneas "a" e "b" do inciso I terá efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva aos demais recursos.

§ 3º Interposto, o recurso será comunicado aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

§ 4º O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

§ 5º Nenhum prazo de recurso, representação ou pedido de reconsideração se inicia ou corre sem que os autos do processo estejam com vista franqueada ao interessado.

## **21. ASSINATURA DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

**21.1** - Adjudicado o objeto da presente licitação, o Município de Pato Branco convocará o adjudicatário, que deverá comparecer em até 05 (cinco) dias para assinar o Termo de Contrato Nos casos em que o Termo de Contrato for encaminhado via correio, a contratada terá o mesmo prazo para devolução, até 05 (cinco) dias contados do recebimento, **sob pena de decair ao direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no artigo 81 da Lei nº 8.666/93**, que terá efeito de compromisso de fornecimento nas condições estabelecidas.

**21.2** - A recusa injustificada da licitante vencedora em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, no prazo assinalado no item anterior, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-a às penalidades previstas na Lei 8.666/93.

**21.3** - O Município de Pato Branco poderá, quando o convocado não assinar o contrato no prazo e condições estabelecidos neste Edital, sem prejuízo das sanções administrativas cabíveis, convocar os proponentes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto ao preço, ou revogar a licitação, independentemente da cominação prevista no artigo 81 da Lei nº 8.666/93.

**21.4** - A contratação dos serviços objeto da presente licitação reger-se-á e formalizar-se-á nos termos previstos pela Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e supletivamente pela Lei nº 8.666/93 e suas posteriores alterações.

## **22. PRAZOS E CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO DO OBJETO**

**22.1** Os pedidos serão executados mediante solicitação formal da CONTRATANTE, através de Nota de Empenho e Ordem de Serviços emitida pelo Departamento de Imprensa do Município.

**22.2** Para execução dos serviços, deverão ser observadas as normas legais específicas sobre eles, objeto da presente licitação especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010, a Lei Federal n.º 4.680/65 e os Decretos Federais n.º 57.690/66 e 4.563/02, bem como as demais normas da legislação publicitárias em vigor.

**22.3** O prazo será determinado conforme a natureza dos serviços solicitados não ultrapassando o prazo máximo de 15 (quinze) dias.

**22.4** O **prazo de vigência do contrato** é de 12 (doze) meses da assinatura do mesmo, podendo ser prorrogado entre as partes de acordo com a Lei, mediante formalização do Termo de Aditamento.

## **23. FORMA E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

**23.1** O pagamento será efetuado mensalmente, até o 10º (décimo) dia útil do mês subsequente ao da prestação de serviço e emissão da nota fiscal emitida pela CONTRATADA, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da CONTRATANTE, a/c da CONTRATADA. A nota fiscal deverá conter o valor total dos serviços realizados durante o mês, incluído o valor das despesas de veículos contratados e os serviços realizados por terceiros.

**23.2** A Contratada deverá apresentar juntamente com a nota fiscal um relatório das campanhas publicitárias, incluindo:

**23.2.1** Cópia da(s) nota(s) fiscal(is) do(s) veículo(s) contratado(s);

**23.2.2** Cópia da(s) nota(s) fiscal(is) de serviços realizados por terceiro(s), relativos à produção dos materiais publicitários;

**23.2.3** Planilha(s) comprovando a veiculação do material publicitário (jornais, revistas, panfletos, televisão, outdoor, relatório de inserção de rádios, etc.).

**23.2.4** Tabela de demonstração do valor devido ao(s) veículo(s) contratado(s), de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como relatório de checagem de veiculação, a cargo da empresa independente;

**23.3** As notas fiscais que apresentarem incorreções serão devolvidas à CONTRATADA e seu vencimento ocorrerá em até 10 (dez) dias após a data de sua reapresentação.

**23.4** O não cumprimento do disposto nesta Cláusula não será considerado como atraso de pagamento e, em consequência, não cabe a CONTRATANTE qualquer ônus financeiro.

**23.5** O pagamento poderá ser realizado preferencialmente por meio de ordem bancária, creditada na conta corrente da Contratada, ou por meio de fatura com utilização do código de barras.

**23.6** Não será dispensado na nota fiscal ou fatura informações básicas, como, descrição do objeto e/ou serviços prestados, valor total da nota, mês de pagamento, identificação da Contratante e da Contratada, número da nota de empenho, não apresentar rasura e/ou entrelinhas e esteja atestada pelo gestor e fiscal do contrato bem como pela Comissão de Fiscalização e Recebimento de Bens e Serviços, mesmo contendo o código de barras.

**23.7** A(s) nota(s) fiscal(is) e/ou fatura(s) deverá(ão) ser impressa(s) de maneira clara, inteligível, inviolável, ordenada e dentro de padrão uniforme e deverão conter, no mínimo, o total para cada produto e/ou serviço.

**23.8** Para fazer jus aos pagamentos à contratada ficará condicionada a apresentação da prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal, prova de regularidade relativa à Seguridade Social (INSS) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) e Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT) emitida eletronicamente através do site <http://www.tst.jus.br>, em cumprimento com as obrigações assumidas na fase de habilitação do processo licitatório.

**23.9** Em caso de atraso de pagamento motivado exclusivamente pela contratante, como critério para correção monetária aplicar-se-á o IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo calculado pelo IBGE. Em caso de atraso de pagamento, desde que a contratada não tenha concorrido de alguma forma para tanto, serão devidos pela Contratante, juros moratórios à taxa nominal de 6% a.a. (seis por cento ao

ano), capitalizados diariamente em regime de juros simples. Quando da incidência da correção monetária e juros moratórios, os valores serão computados a partir do vencimento do prazo de pagamento de cada parcela devida.

## **24. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**24.1** Manter as condições de habilitação e qualificação exigidas durante toda a vigência do **contrato**, informando a Contratante a ocorrência de qualquer alteração nas referidas condições.

**24.2** Executar os serviços cotados em estrita conformidade com as especificações de sua proposta e deste termo de referencia, à qual se vincula, não sendo admitidas retificações, cancelamentos, quer seja de preços, quer seja nas condições estabelecidas.

**24.3** A contratada deverá adotar medidas, precauções e cuidados especiais para evitar danos materiais e pessoais, responsabilizar-se pelo fornecimento dos produtos, respondendo civil e criminalmente por todos os danos, perdas e prejuízos que, por dolo ou culpa sua, de seus empregados, preposto, ou terceiros no exercício de suas atividades, vier a, direta ou indiretamente, causar ou provocar à Contratante e a terceiros.

**24.4** É de responsabilidade da contratada selecionar e contratar pessoal devidamente habilitado para a função a ser exercida na execução dos serviços, em seu nome, observando rigorosamente todas as prescrições relativas às leis trabalhistas, previdenciárias, assistenciais, securitárias e sindicais, sendo considerada, nesse particular, como única empregadora.

**24.5** A contratada deverá observar rigorosamente as normas de segurança, higiene e medicina do trabalho. Além disso, deverá obedecer as normas técnicas de proteção ao meio ambiente, conforme exigido por meio do art. 12, inc. VII, da Lei 8.666/1993.

**24.6** A Contratada será responsável por todo e qualquer dano causado aos equipamentos, instrumentos, sistemas, ferramentais, maquinários, veículos e infraestrutura pertencentes à contratante, quando resultantes de ação ou omissão, negligência, imprudência ou imperícia dos seus empregados ou prepostos, bem como reparar, corrigir, remover ou substituir **sem ônus para a contratante**, no todo ou em parte, o objeto do contrato, quando constatados vícios, defeitos ou incorreções resultantes da má execução ou de materiais empregados.

**24.7** Certificar-se, preliminarmente, de todas as condições exigidas no Edital, não sendo levada em consideração qualquer argumentação posterior de desconhecimento.

**24.8** Comunicar, imediatamente e por escrito, a Administração Municipal, qualquer anormalidade verificada, inclusive de ordem funcional, para que sejam adotadas as providências de regularização necessária.

**24.9** Todos os casos atípicos não mencionados deverão ser apresentados à fiscalização para sua definição e determinação.

**24.10** Atender com prontidão as reclamações por parte do receptor dos serviços, objeto da licitação.

**24.11** Assegurar a Contratante o direito de fiscalizar, sustar, recusar, mandar desfazer ou refazer quaisquer orçamentos, serviço e/ou fornecimento que não esteja de acordo com as normas ou especificações técnicas, hipótese em que as despesas decorrentes ficarão a cargo da Contratada, certo que, em nenhuma hipótese, a falta de fiscalização da Contratante eximirá a Contratada de suas responsabilidades provenientes do Contrato.

**24.12** Responsabilizar-se pela execução dos serviços, respondendo civil e criminalmente por todos os danos, perdas e prejuízos que, por dolo ou culpa sua, de seus empregados, preposto, ou terceiros no exercício de suas atividades, vier a, direta ou indiretamente, causar ou provocar à Contratante e a terceiros.

**24.13** Garantir integralmente a qualidade dos produtos fornecidos e serviços prestados, de acordo com as especificações contidas no **Briefing**, ficando a Contratada obrigada a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir **sem ônus para a contratante**, no total ou em parte, os produtos contratados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções.

**24.14** Comunicar a Contratante, imediatamente, a ocorrência de qualquer fato que possa implicar no atraso da entrega e execução do objeto da Licitação.

**24.15** Não manter em seu quadro de pessoal menores em horário noturno de trabalho ou em serviços perigosos ou insalubres, não manter, ainda, em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos.

**24.16** Cumprir com outras obrigações decorrentes da aplicação do Código de Proteção e Defesa do Consumidor - conforme Lei nº 8.078/90, que sejam compatíveis com o regime de direito público.

**24.17** Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

**24.18** A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

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

**24.20** Utilizar, na elaboração dos serviços, objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.

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

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

**24.23** O disposto no subitem 7.20 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei no 12.232/2010.

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

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

**24.26** O desrespeito ao disposto no subitem 6.23 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 no contrato e no art. 87 da Lei Federal no 8.666/1993.

**24.27** A CONTRATANTE reserva-se ao direito de solicitar informações à CONTRATADA sobre todos os planos de incentivo que lhes forem concedidos em decorrência deste contrato, bem como a demonstração de que o incentivo recebido não produziu ou estimulou veiculações contrárias ao interesse do Município de Pato Branco.

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

**24.29** Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

- I** - Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II** - Somente apresentar cotações de preços de fornecedores observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010;
- III** - Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações do ramo do fornecimento pretendido, devendo os mesmos fornecer serviços de superior qualidade;
- IV** - Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

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

**24.29.1** 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 do CONTRATANTE.

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

**24.29.3** Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Gestor deste contrato.

**24.29.4** Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

**a)** Supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA.

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

**24.30** Cabe a CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

**24.31** As disposições do subitem 7.29 a 7.29.1 não se aplicam à compra de mídia.

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

**24.33** 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.

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

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

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

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

**24.38** Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE durante a vigência do contrato, sem ônus para esta, cópias das peças produzidas, nos seguintes formatos:

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

**b)** Internet: uma cópia em CD, pendrive ou outro, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;

**c)** Rádio: uma cópia em CD, pendrive ou outro, com arquivos digitais;

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

**24.39** Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, pendrive ou outro.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**24.48** Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas no edital, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

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

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

**24.51** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do 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, cuja inadimplência não transfere responsabilidade à Contratante;

**24.52** 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.

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

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

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

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

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

**24.58** Responder pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou acompanhamento realizado pela contratante, de acordo com o art. 70 da Lei n.º 8.666/93.

**24.59** A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste edital.

**24.60** As publicações de atos oficiais exigidos por força de lei específica serão efetuadas no órgão de imprensa oficial do município sem a intermediação da Agência de Propaganda contratada, não sendo, portanto, devido qualquer valor sobre estas publicações.

**24.61** A contratada deverá garantir a qualidade dos serviços, devendo substituir, **sem ônus para a contratante**, no total ou em parte, o objeto contratado em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções.

**24.62** Havendo divergência entre os serviços solicitados e os entregues, o gestor do contrato efetuará a notificação à empresa, para que sejam sanadas as possíveis irregularidades num prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas.

**24.63** A contratada deverá manter as condições de habilitação e qualificação exigidas, em compatibilidade com as obrigações assumidas durante toda a vigência do contrato, de acordo com o art. 55, XIII, da Lei 8.666/93, informando a Contratante a ocorrência de qualquer alteração nas referidas condições;

## **25. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA REFERENTE ÀS BOAS PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE**

**25.1** As boas práticas de otimização de recursos, redução de desperdícios e menor poluição se pautam em alguns pressupostos e exigências, que deverão ser observados pela contratada, que deverá fazer uso racional do consumo de energia e água, adotando medidas para evitar o desperdício.

**25.2** Conduzir suas ações em conformidade com os requisitos legais e regulamentos aplicáveis, observando também a legislação ambiental para a prevenção de adversidades ao meio ambiente e à saúde dos trabalhadores e envolvidos na prestação dos serviços.

**25.3** Proibir quaisquer atos de preconceito de raça, cor, sexo, orientação sexual ou estado civil na seleção de colaboradores no quadro da empresa.

**25.4** Treinamento/capacitação periódicos do(s) empregado(s) sobre boas práticas de redução de desperdícios/poluição.

**25.5** Racionalização do uso de substâncias potencialmente tóxicas e/ou poluentes.

**25.6** Dar preferência à aquisição e uso de equipamentos e complementos que promovam a eficiência energética e redução de consumo.

**25.7** Evitar ao máximo o uso de extensões elétricas e verificar a voltagem adequada ao uso dos equipamentos.

**25.8** Realizar verificações e, se for o caso, manutenções periódicas nos seus aparelhos elétricos, extensões, etc.

**25.9** Conduzir suas ações em conformidade com os requisitos legais e regulamentos aplicáveis, observando também a legislação ambiental para a prevenção de adversidades ao meio ambiente e à saúde dos trabalhadores e envolvidos na prestação dos serviços, como exige a Lei nº 9.985/00.

**25.10** Deverá, se possível, adotar práticas de sustentabilidade e de racionalização no uso de materiais e serviços, incluindo uma política de separação dos resíduos recicláveis descartados e sua destinação às associações e cooperativas dos catadores de materiais recicláveis, conforme Decreto nº 5.940/2006.

**25.11** Deverá obedecer às normas técnicas de proteção ao meio ambiente, conforme exigido por meio do art. 12, inc. VII, da Lei 8.666/1993.

## **26. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

**26.1** Acompanhar e fiscalizar a execução dos serviços executados, por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos

empregados eventualmente envolvidos, e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis.

**26.2** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

**26.3** Comunicar à contratada, por escrito, as imperfeições, falhas ou irregularidades verificadas, fixando prazo para a sua correção.

**26.4** Efetuar o pagamento à contratada no valor correspondente ao fornecimento do objeto ou execução do serviço ou etapa do serviço, no prazo e forma estabelecidos no edital e seus anexos.

**26.5** Atestar as faturas correspondentes, por intermédio de servidor competente.

**26.6** Prestar as informações e os esclarecimentos, necessários à prestação dos serviços, que venham a ser solicitados pela contratada.

**26.7** Notificar, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento das obrigações assumidas no contrato.

**26.8** Aplicar as sanções administrativas contratuais pertinentes, em caso de inadimplemento.

**26.9** Comunicar prontamente a Contratada, qualquer anormalidade no objeto do contrato, podendo recusar o recebimento, caso não esteja de acordo com as especificações e condições estabelecidas.

**26.10** Comunicar à Contratada qualquer irregularidade manifestada durante a vigência do contrato, para que sejam adotadas as medidas pertinentes.

## **27. SUBCONTRATAÇÃO**

**27.1** - Não será admitida a subcontratação de outra agência de propaganda e/ou publicidade para a realização do objeto contratado.

## **28. RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS**

**28.1** O recebimento dos serviços se dará conforme o disposto no artigo 73, inciso I alíneas “a” e “b”, seus parágrafos e art. 76 da Lei n.º 8.666/93, e compreenderá duas etapas distintas, a seguir discriminadas:

**a) *Recebimento provisório*** pelo Fiscal do contrato, mediante termo circunstanciado, no prazo de 15 (quinze) dias, contados da data do recebimento de comunicação escrita emitida pela empresa contratada, para efeito de verificação da conformidade dos serviços com a especificação exigida;

**28.1.a.1** Após a realização de verificação que constate não haver defeitos, vícios ou incorreções ou que já tenham sido corrigidos pela contratada quaisquer apontamentos efetuados, o Fiscal emitirá, o Termo Circunstanciado de Recebimento Provisório.

**b) *Recebimento Definitivo*** será realizado pelo fiscal do contrato e pela Comissão de Fiscalização e Recebimento de Bens e Serviços, para atestar se os serviços contemplaram plenamente aos requisitos dos termos contratuais, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes, num prazo de 15 (quinze) dias.

**28.2** Se durante o recebimento definitivo, for constatado que os serviços foram feitos de forma incompleta, com qualidade e quantidade inferior à contratada, apresentando defeitos ou em desacordo com as especificações, o contratado se obriga a corrigir os serviços em desacordo, após a notificação do contratado, no prazo máximo de 15 (quinze) dias (Art. 69º, lei 8.666/93). Sendo interrompido o prazo de recebimento definitivo até que seja sanada a situação;

**28.3** Na hipótese de a verificação a que se refere o recebimento definitivo não ser procedida dentro do prazo fixado, reputar-se-á como realizada, consumando-se o recebimento definitivo no dia do esgotamento do prazo;

**28.4** A fiscalização por parte do município e o recebimento provisório ou definitivo, não excluem a responsabilidade civil da contratada, nos termos das prescrições legais.

## **29. GESTOR DO CONTRATO**

**29.1** - A administração indica como gestor do Contrato, o **Secretário Interino de Administração e Finanças**, Agostinho Rossi, matrícula nº 21.725/1.



**29.2** - Entre suas atribuições está a de apurar a ocorrência de quaisquer circunstâncias que incidam especificamente no art. 77, 78 e 88 da Lei 8666/93 que trata das Sanções Administrativas para o caso de inadimplemento contratual e cometimento de outros atos ilícitos.

**29.3** - Compete ao gestor do Contrato, no que couber, as atribuições previstas no Decreto Municipal nº 8.296 de 17 de abril de 2018.

**29.4** - As decisões e providências que ultrapassarem a competência destes deverão ser solicitadas a autoridade superior, em tempo hábil, para a adoção das medidas convenientes.

### **30. FISCAL DO CONTRATO.**

**30.1** - A administração indica como fiscal do Contrato, a **Diretora do Departamento de Imprensa**, Graciele Novello Viacelli, matrícula nº 11.3743/1.

**30.2** - Compete ao fiscal do Contrato, no que couber, as atribuições previstas no Decreto Municipal nº 8.296 de 17 de abril de 2018.

**30.3** - As decisões e providências que ultrapassarem a competência destes deverão ser solicitadas a autoridade superior, em tempo hábil, para a adoção das medidas convenientes.

### **31. DIREITOS AUTORAIS E ACERVO**

**31.1** A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias - incluídos os estudos, análises e planos -, campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato, **ressalvados os direitos de terceiros.**

**31.1.1** O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, **após o término** deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

**31.1.2** A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo do Município de Pato Branco, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

a) Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, realizar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

**31.2** Com vistas às contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores dois orçamentos para a execução do serviço, um de cessão por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o CONTRATANTE escolha uma das opções.

**31.2.1** 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 pelo CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 31.2.1.2, 31.2.2. a 31.2.3.

a) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

b) 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 Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**31.2.2** 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 pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será

obtido pela regra de três simples.

a) 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 Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**31.2.3** Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 31.2.1.1 e 31.2.2, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

**31.3** Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

**31.4** A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pelo CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no item 24.29.

**31.5** A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

**I** - A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba ao CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

**II** - Que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

**III** - Que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

**31.6** O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo do Município de Pato Branco. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente ao CONTRATANTE.

## **32. RESCISÃO CONTRATUAL**

**32.1** - O contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos artigos 77 e 78 e nas formas estabelecidas no artigo 79, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e, ainda, pelo desatendimento das obrigações previstas neste Contrato.

**32.2** - Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, a CONTRATANTE deverá efetuar o ressarcimento de despesas por ela autorizadas e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA.

**32.3** - Em caso de extinção, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outra Agência de Propaganda, caberá à CONTRATANTE decidir pela continuidade do presente contrato.

**32.4** - Em caso de rescisão do presente contrato por parte da CONTRATANTE não caberá a CONTRATADA direito de qualquer indenização, salvo na hipótese do § 2º, do art. 79, da Lei nº 8.666/93.

**32.5** - A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

### **33. SUPRESSÕES OU ACRÉSCIMOS**

**33.1 - A CONTRATADA** obrigará-se a aceitar os acréscimos e/ou supressões que se fizerem necessários nos serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial contratado, atualizado, nos termos do art. 65, §1º da Lei nº. 8.666/93.

**33.2 -** Com fulcro no art. 65, §2º da Lei nº. 8.666/93, as supressões não poderão exceder os limites acima mencionados, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes.

### **34. ANTICORRUPÇÃO**

**34.1 -** As licitantes declaram conhecer as normas de prevenção à corrupção previstas na legislação brasileira, dentre elas, a Lei de Improbidade Administrativa (Lei Federal n.º 8.429/1992), a Lei Federal n.º 12.846/2013 e seus regulamentos, se comprometem que para a execução do contrato nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar, a quem quer que seja, aceitar ou se comprometer a aceitar, de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou benefícios indevidos de qualquer espécie, de modo fraudulento que constituam prática ilegal ou de corrupção, bem como de manipular ou fraudar o equilíbrio econômico financeiro do presente contrato, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, devendo garantir, ainda que seus prepostos, administradores e colaboradores ajam da mesma forma.

### **35. SANÇÕES PARA O CASO DE INADIMPLENTO**

**35.1 -** Com fundamento nos art. 86 e 87 da Lei 8.666/93 e **conforme previsto no Art. 5º do Decreto Municipal nº 8.441/19**, a Contratada ficará sujeita, no caso de atraso injustificado, assim considerado pela Administração inexecução parcial ou inexecução total da obrigação, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurada a prévia e ampla defesa, às penalidades das seguintes espécies:

a) Advertência.

b) Multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato.

c) Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de licitar e contratar com a Administração.

d) Declaração de inidoneidade.

e) Descrédenciamento do sistema de registro cadastral.

**35.1.2 -** As sanções previstas nos subitens “a”, “c” e “d” do item 35.1 poderão ser aplicadas cumulativamente com a do subitem “b”.

**35.2 - Das Particularidades da Multa, conforme previsto no Art. 7º do Decreto Municipal nº 8.441/19:**

**35.2.1 -** A multa imposta ao contratado ou licitante, se não disposta de forma diferente no contrato, poderá ser:

a) de caráter moratório, na hipótese de atraso injustificado na entrega ou execução do objeto do contrato, quando será aplicada nos seguintes percentuais:

I - 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviços, calculado sobre o valor correspondente à parte inadimplida, quando o atraso não for superior 30 (trinta) dias corridos.

II - 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso que exceder a alínea anterior, até o limite de 15 (quinze) dias, na entrega de material ou execução de serviços, calculado, desde o trigésimo primeiro dia de atraso, sobre o valor correspondente à parte inadimplida, em caráter excepcional, e a critério do órgão contratante.

b) de caráter compensatório, quando será aplicada nos seguintes percentuais.

I - 15% (quinze por cento) do valor do empenho em caso de inexecução parcial do objeto pela contratada ou nos casos de rescisão do contrato, calculada sobre a parte inadimplida.

II - 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato, pela sua inexecução total ou pela recusa injustificada do licitante adjudicatário em assinar o contrato ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração.

**35.2.2** - O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do primeiro dia útil seguinte ao do vencimento do prazo de entrega ou execução do contrato.

**35.3** - A instrução obedecerá ao princípio do contraditório, assegurada ao acusado ampla defesa, com a utilização dos meios e recursos admitidos em direito.

**35.4** - Na fase de instrução, o indiciado será notificado pelo gestor do Contrato e terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir do recebimento do correio eletrônico no e-mail registrado em Ata/Contrato, para apresentação da Defesa Prévia, assegurando-se a vista do processo, e juntada dos documentos comprobatórios que considerar pertinentes à fundamentação dos fatos alegados na mesma.

**35.5** - O extrato da decisão definitiva, bem como toda sanção aplicada, será anotada no histórico cadastral da empresa e nos sistemas cadastrais pertinentes, quando for o caso, além do processo ser apostilado na sua licitação correspondente.

## **36. DISPOSIÇÕES GERAIS**

**36.1** - Aos licitantes poderão ser aplicadas sanções e penalidades expressamente previstas na Lei 8.666/93 e no Decreto Municipal nº 8.441/19 e suas alterações posteriores.

**36.2** - A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; 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.

**36.3** - A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o ANUNCIANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

**36.4** - As normas disciplinadoras desta licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que a interpretação não viole a lei e não comprometa o interesse da Administração, a finalidade e a segurança da contratação.

**36.5** - A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação para execução exigidas na licitação.

**36.6** - A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais da propaganda e normas correlatas no objetivo de produzir publicidade que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes.

**36.7** - Na hipótese de todas as Licitantes serem inabilitadas ou de todas as propostas serem desclassificadas, a Comissão de Licitação poderá fixar as Licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas financeiras, escoimadas das causas que motivaram a inabilitação ou desclassificação, conforme § 3º do art. 48 da Lei nº 8.666/93 e alterações.

**33.8** - Nenhuma indenização será devida às licitantes pela elaboração ou pela apresentação de documentação referente ao presente Edital.

**36.9** - Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, exclui-se o dia do início e inclui-se o do vencimento, observando-se que só se iniciam e vencem prazos em dia de expediente normal no Município de Pato Branco, exceto quando explicitamente disposto em contrário.

**36.10** - A autoridade competente poderá revogar a presente licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, sem que caiba às Licitantes direito à indenização.

**36.11** - A anulação do procedimento licitatório induz a do contrato, ressalvado o disposto no parágrafo único, art. 59 da Lei 8.666/93.

**36.12** - As reuniões de abertura dos envelopes serão sempre públicas e de prévia ciência das Licitantes.

**36.13** - Será facultado à Comissão de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase do julgamento, promover diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, bem como solicitar aos órgãos competentes, elaboração de parecer técnico destinado a fundamentar a decisão.

**36.14** - Das sessões públicas serão lavradas atas, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão de Licitação e proponentes presentes.

**36.15** - Não sendo solicitado esclarecimento dentro do prazo estabelecido, pressupõe-se que os elementos fornecidos são claros e precisos para permitir a apresentação da proposta financeira.

**36.16** - O acolhimento das propostas e sua classificação final no certame licitatório não geram direito adquiridos às proponentes à adjudicação do serviço que constitui o objeto desta licitação.

**36.17** - Para todos os efeitos deste edital e posterior contratação, considerar-se-á os valores constantes na Tabela de Custos VIGENTE de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda (SINAPRO-PR).

**36.18** - Fica eleito o foro da Comarca de Pato Branco - PR para dirimir eventuais dúvidas ou conflitos originados pelo presente Edital e pelo futuro contrato, com a renúncia a quaisquer outros, por mais privilegiados que possam ser.

## **37. ANEXO DO EDITAL**

**37.1** - Integra o presente Edital, dele fazendo parte como se transcrita em seu corpo:

**37.1.1 - Anexo I - BRIEFING;**

**37.1.1.1 - Anexo I-A** - Modelo da Proposta de Preços sujeita a Valoração;

**37.1.1.2 - Anexo I-B** - Modelo da declaração independente de proposta;

**37.1.1.1 - Anexo I-C** - Modelo de declaração de compromisso;

**37.1.2 - Anexo II** - Minuta do futuro Contrato;

**37.1.4 - Anexo III** - Modelo Declaração de Responsabilidades;

**37.1.5 - Anexo IV** - Modelo Declaração ME e EPP;

**37.1.6 - Anexo V** - Modelo Declaração em cumprimento art. 9º, inciso III da Lei 8.666/93;

**37.1.8 - Anexo VI** - Modelo Carta de Credenciamento.

**37.1.9 - Anexo VII** - Modelo Declaração de Direitos Autorais;

**37.1.10 - Anexo VIII** - Tabela SINAPRO-PR.

Pato Branco, 10 de maio de 2022.

---

**Flávio Krássota**

**Presidente da Comissão Especial de Licitação - Portaria nº 387/2022**

## ANEXO I

### BRIEFING

#### **BRIEFING PARA PROPOSTA TÉCNICA**

##### **INTRODUÇÃO**

O briefing é um resumo informativo, preliminar ao planejamento e à criação publicitária que contém informações para orientar as Licitantes no desenvolvimento do Plano de Comunicação, objeto deste Edital.

##### **PERFIL**

Pato Branco, na região Sudoeste do Paraná, é um Município que adotou a inovação e o empreendedorismo para se desenvolver. Com **83.843 habitantes**, conforme o IBGE de 2020, a cidade está próxima da divisa com Santa Catarina e cerca de 100 quilômetros da Argentina, numa posição estratégica no Mercosul.

Destaque para o polo regional de Educação, pois o município tem **mais de 350 cursos presenciais e em EAD**. Outros atrativos são os setores de comércio, serviços, agronegócios e a área industrial, principalmente os ramos metal-mecânico, tecnológico e moveleiro. São **cerca de 100 indústrias** de softwares, de aparelhos e componentes eletrônicos, que somam-se às ações de universidades locais e da municipalidade, o que garante que a cidade tenha um Parque Tecnológico instalado e reconhecido em nível nacional. Esses e outros diferenciais garantem a **Pato Branco a liderança no Estado em geração de emprego e renda**.

Quem vive em Pato Branco, conta com **tablets e oficinas de robótica** nas escolas municipais, **Internet livre e árvore digital** na praça central, **câmeras de vigilância, limpeza pública modernizada, prontuário eletrônico** em toda rede da Secretaria Municipal de Saúde, além de programas de inclusão digital, como o **Escola Pato Branco Digital**.

Destaque, ainda, para os **espaços de esporte e lazer revitalizados**, situados de forma **descentralizada nos bairros da cidade**, que dispõem de infraestrutura e praças modernas, prontas para receber as famílias. Outro exemplo é o **Parque do Alvorecer**, que dispõe de mais de 1 milhão de metros quadrados de área de conservação ambiental e oportuniza o contato com a natureza. No **Largo da Liberdade** e na **Praça Presidente Vargas**, a população de Pato Branco e região tem atrativos pontos de encontro e diversas opções voltadas à qualidade de vida.

Como reflexo, Pato Branco é uma das cidades mais desenvolvidas do país. A cidade ocupa o **4º lugar do Paraná no Índice Firjan** de Desenvolvimento Municipal (IFDM), com destaque para a Saúde, Educação e geração de emprego e renda. Entre os 5.571 municípios brasileiros, Pato Branco assume a **19ª posição no País**, liderando na região Sudoeste do Paraná - desde 2013, o município subiu 32 posições no ranking nacional.

Além disso, o Município é reconhecido hoje como Cidade Digital pela Rede Cidades Digitais, assim como a 5ª cidade mais inteligente do Brasil segundo a Revista Exame, em estudo divulgado em 2017 e que considerou cidades com até 100 mil habitantes. Já no ranking geral da Revista IstoÉ, que relaciona as melhores cidades de médio porte do Brasil, Pato Branco está na 25ª posição. Em 2016, a cidade foi destaque na revista britânica The Economist.

Já em 2017, um novo estudo divulgado pela Exame apontou Pato Branco como a 11ª melhor cidade para envelhecer no País e a 1ª no Paraná, devido as ações voltadas à qualidade de vida da terceira idade, considerando cidades brasileiras de pequeno e médio porte. Outro estudo divulgado pela Exame, também em 2017, destacou Pato Branco como a 11ª melhor saúde do Brasil, **liderando no Paraná**.

Destaque ainda para a Rede Municipal de Educação, que atingiu a média de 7.5 no Índice de Desenvolvimento de Educação Básica (Ideb) em 2017. Com o resultado, Pato Branco está em 1º lugar no Ideb no Estado do Paraná, considerando as cidades de médio porte, que possuem entre 50 mil e 100 mil habitantes.

E o que falar do **Natal de Pato Branco**, um dos maiores eventos natalinos do Sul do Brasil! Pato Branco conta hoje com o maior desfile de Natal do Paraná - - que a cada edição recebe milhares de pessoas que vêm prestigiar as atrações da programação natalina da cidade.

Destaque ainda para a Feira de Ciência, Tecnologia e Inovação - INVENTUM, consolidada como a maior feira do Paraná e uma das mais importantes do segmento do Brasil, que reuniu cerca de 180 mil visitantes em 2019. A cidade possui, também, outras feiras setoriais, como a Casa e Construção e a Exporural, que diversificam o calendário de eventos, que tem ainda a Expopato como vitrine do comércio e do agronegócio local e regional.

Com a operação dos voos regulares, no **Aeroporto Municipal Juvenal Cardoso**, Pato Branco conecta-se definitivamente com o Brasil e o Mundo.

## **DESAFIO DE COMUNICAÇÃO**

A Prefeitura de Pato Branco dá início a um grande programa de obras e realizações, que irão preparar a cidade para um breve futuro ainda mais grandioso. Tornar público esse programa é o desafio para a comunicação e, portanto, briefing para a campanha simulada da presente licitação.

Serão aplicados mais de R\$ 276 milhões em obras, oriundos do Governo do Estado do Paraná e mais os recursos próprios do município. Os investimentos contemplam várias frentes, incluindo habitação, infraestrutura, maquinário, saúde, esporte, pavimentação e desenvolvimento econômico.

### **Detalhamento dos projetos:**

#### **Construção de 600 casas populares.**

##### **Investimento: R\$ 84 milhões.**

Por meio do programa Casa Fácil Paraná, a Cohapar financiará diretamente a construção das casas para famílias com renda de um a seis salários mínimos. As condições de pagamento facilitadas incluem a ausência de cobrança de valor de entrada e prestações mensais reduzidas de financiamento, que pode ser quitado em até 360 meses. As unidades de interesse social suprirão a necessidade da Assistência Social do município.

#### **Construção de 40 casas para o Condomínio do Idoso.**

##### **Investimento: R\$ 5 milhões.**

Com área total de 10 mil metros quadrados, o condomínio contemplará espaços de lazer completos, praça de convivência, biblioteca, sala de informática, academia ao ar livre, horta comunitária, salão de festas equipados com cozinha e churrasqueira, pista de caminhada com quiosques multiuso e mobiliários para a prática de jogos de tabuleiro e carteados.

#### **Pavimentação asfáltica no interior.**

##### **Investimento: R\$ 2 milhões.**

Aplicação de pavimentação asfáltica de 5,2 quilômetros na comunidade São Caetano.

#### **Meu Campinho Society (bairros Veneza e Planalto).**

##### **Investimento: R\$ 640 mil.**

Dois campos society no valor de R\$ 320 mil cada, com área total de 837 metros quadrados, 648 metros quadrados de grama sintética e mais 181,13 metros quadrados de área de piso.

#### **Aeroporto Juvenal Cardoso.**

##### **Investimento: R\$ 27 milhões.**

Os recursos serão investidos na conclusão do aeroporto, o que inclui reforma no pátio para aeronaves, ampliação da pista, construção de novo terminal de passageiros e novos hangares.

#### **Aquisição de dois veículos.**

##### **Investimento: R\$ 130 mil.**

Veículos para uso da Secretaria de Esporte e Lazer e Setor Administrativo.

#### **Construção de duas Unidades Básicas de Saúde tipo II (bairros São Francisco e Parque do Som).**

##### **Investimento: R\$ 1,4 milhões.**

Dois Unidades Básicas de Saúde com tamanho total de 378,66 metros quadrados. As estruturas contarão com recepção, sala de espera, cinco consultórios, consultório odontológico com duas cadeiras para atendimento, uma sala de inalação, sala de imunização, sala de aplicação de medicamentos, sala de curativos e procedimentos, farmácia, sala de utilidades com expurgo e esterilização de materiais, sala de

reuniões de equipe, almoxarifado, copa, área de depósito de materiais de limpeza, sala de administração e gerência, sanitários e depósito de resíduos.

**Reformas das Unidades Básicas de Saúde (bairros Fraron, Novo Espero, Pinheirinho, São Cristóvão e São João).**

**Investimento: R\$ 438 mil.**

Com o recurso, todas as unidades receberão revitalização e modernização dos espaços, recuperação dos sistemas construtivos, atualização do layout para as novas demandas da saúde e adequação do ambiente voltado ao atendimento da população com foco no desenvolvimento prioritário.

**Implementação e melhora no Saneamento Básico.**

**Investimento: R\$ 100 milhões.**

Valores destinados à regularização do saneamento básico no Bairro São João e demais regiões de Pato Branco.

**Construção da 1ª Etapa do Polo de Biotecnologia do Parque Tecnológico.**

**Investimento: R\$ 5 milhões.**

Recurso destinado para a construção da infraestrutura dos laboratórios de pesquisa do centro de inovação em biotecnologia, entre eles: ambiente de pesquisa em biomateriais e biomedicina aplicados à inovação, destinado à pesquisa e desenvolvimento de biomateriais e biopolímeros usados na medicina e odontologia e a modificação de biomateriais por meio de nanotecnologia; ambiente de pesquisa em produtos biológicos e biotecnologia industrial, destinados ao desenvolvimento de produtos e processos de base biológica e sustentável; ambiente de pesquisa em química de alimentos, voltado a pesquisas de novos métodos de processamento de alimentos; e ambiente de pesquisa em biotecnologia vegetal e bioinsumos, destinado a pesquisa e desenvolvimento de novos bioinsumos para a agricultura, insumos farmacêuticos ativos e de novos insumos para alimentação humana e animal.

O valor também será empregado na estrutura para comportar os laboratórios e iniciar a construção da fase 2 da incubadora, composta por salas maiores e de abrigo à aceleradora do Parque.

**Sistema de Energia Fotovoltaica.**

**Investimento: R\$ 8,4 milhões.**

R\$ 4,7 milhões destinado para implementação do sistema em prédios públicos e de saúde e R\$ 3,7 milhões em unidades educacionais do município. Com garantia de economia em 90% o retorno da implementação dos recursos é estimado em 60 meses.

**Modernização do Parque de Máquinas.**

**Investimento: R\$ 9 milhões.**

Serão adquiridos seis caminhões basculantes 6x4, uma carregadeira, uma escavadeira hidráulica, duas motoniveladoras, um rolo compactador e um cavalo trator 6x4 com carreta basculante e uma retroescavadeira.

**Pavimentação Asfáltica de vias urbanas.**

**Investimento: R\$ 14 milhões.**

Serão contempladas quase 60 ruas dos bairros de toda a cidade, podendo cobrir até 15 quilômetros de via.

**Usina de Asfalto.**

**Investimento: R\$ 14 milhões.**

Recurso destinado para compra do conjunto de britagem, da usina de asfalto, aquisição de pavimentadora e todas as instalações do canteiro.

**Parque do Bairro São João.**

**Investimento: Cerca de R\$ 2 milhões.**

O Parque irá contemplar quadra com gramado sintético, quadra de basquete em concreto, playground, dois mirantes, deck de madeira, pista de caminhada ecológica com ciclovia, bicicletário, estacionamento, ponto de ônibus e áreas de convivência.

**Reforma e Ampliação do Polo Esportivo do Bairro Anchieta com criação do Centro de Ginástica Rítmica de Pato Branco.**

**Investimento: Cerca de R\$ 2 milhões.**



Projeto de reforma e ampliação da estrutura do atual polo esportivo Anchieta, futuro centro de ginástica rítmica de Pato Branco. A edificação receberá alterações internas, de fachada, novos equipamentos de ginástica rítmica, fechamentos e ampliações de arquibancadas para receber treinamentos e competições, reforma de banheiros, cozinha, vestiário, novo paisagismo e mobiliários.

#### **Reforma e Ampliação do CEU das Artes.**

**Investimento: Cerca de R\$ 1 milhão.**

A obra compreenderá o fechamento do entorno do ginásio, um vestiário feminino e um masculino, uma área para apresentações, palco, espaço para depósito de materiais, instalação de lixeiras, cobertura de acesso para todos os departamentos, padronização das calçadas, nova pintura e readequações.

#### **OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO**

O objetivo é posicionar a Prefeitura de Pato Branco como realizadora. Uma prefeitura que não tem medido esforços para dotar a cidade de obras e realizações, que a preparam cada vez mais para um futuro de desenvolvimento e de qualidade de vida. Uma prefeitura que presta contas do que faz, garantindo ao cidadão o direito da informação, consolidando cada vez mais a parceria Pato Branco e governo, emanados na construção de uma Pato Branco cada vez melhor para todos.

#### **PÚBLICO ALVO**

Toda a população de Pato Branco, ambos os sexos, em especial os adultos a partir dos 18 anos, de todas as classes sociais.

#### **PRAÇA**

O município de Pato Branco.

#### **VERBA PARA A CAMPANHA SIMULADA**

A verba destinada ao exercício da campanha está estipulada em R\$600.000,00,(seiscentos mil reais) para os custos com Produção e Veiculação, sendo permitida a utilização de Veículos que não operam com tabela de preço, nos termo do edital.

#### **PERÍODO DA CAMPANHA**

O período deverá ser de 30 dias.

#### **PEÇAS PUBLICITÁRIAS**

As Peças Publicitárias a serem utilizadas pelas Licitantes são de livre escolha.

#### **RECURSOS PRÓPRIOS**

As Licitante poderão se utilizar também dos Recursos Próprios do município, a saber: o Site <https://patobranco.pr.gov.br/>, as Páginas nas Redes Sociais <https://www.instagram.com/cidadepatobranco/> e <https://www.facebook.com/CidadePatoBranco/> e ainda, o Canal Oficial no YouTube, <https://www.youtube.com/user/MunicipioPatoBranco> .

#### **LOGOMARCA**

As Licitantes poderão baixar a logomarca oficial da Prefeitura de Pato Branco na internet, endereço: <https://patobranco.pr.gov.br/>

## ANEXO I-A

### PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITA A VALORAÇÃO

A Empresa \_\_\_\_\_, devidamente inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, com endereço na Rua \_\_\_\_\_, nº \_\_\_\_\_, CEP: \_\_\_\_\_ na cidade de \_\_\_\_\_ Estado do \_\_\_\_\_, telefone (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_, e-mail: \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr (a) \_\_\_\_\_, portador (a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_ vem por meio desta apresentar PROPOSTA DE PREÇOS, nos termos de Licitação, modalidade **Concorrência nº \_\_/2022**, que tem por objeto a Contratação de Agência de Propaganda e/ou Publicidade para prestação de serviços de publicidade e propaganda, correspondente ao 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, inclusive internet, compreendendo ainda ao planejamento e à 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, e à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados, nos termos dos inc. I e II do § 1º, do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, atuando por ordem e conta do Município de Pato Branco, em conformidade com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010 para atender as necessidades de todas as Secretarias da Administração Municipal.

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

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

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

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

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

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

Local e Data.

\_\_\_\_\_  
Nome e assinatura do representante legal da proponente  
Carimbo da Proponente com nº CNPJ

## ANEXO I-B

### DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

A Empresa \_\_\_\_\_, devidamente inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, com endereço na Rua \_\_\_\_\_, nº \_\_\_\_\_, CEP: \_\_\_\_\_ na cidade de \_\_\_\_\_ Estado do \_\_\_\_\_, telefone (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_, e-mail: \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr (a) \_\_\_\_\_, portador (a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_, nos termos de Licitação, modalidade **Concorrência nº \_\_/2022**, que tem por objeto a Contratação de Agência de Propaganda e/ou Publicidade para prestação de serviços de publicidade e propaganda, correspondente ao 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, inclusive internet, compreendendo ainda ao planejamento e à 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, e à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados, nos termos dos inc. I e II do § 1º, do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, atuando por ordem e conta do Município de Pato Branco, em conformidade com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010 para atender as necessidades de todas as Secretarias da Administração Municipal, **DECLARA**, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que

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

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

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

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

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

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

Local e Data.

\_\_\_\_\_  
Nome e assinatura do representante legal da proponente  
Carimbo da Proponente com nº CNPJ

## ANEXO I-C

### DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO

A Empresa \_\_\_\_\_, devidamente inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, com endereço na Rua \_\_\_\_\_, nº \_\_\_\_\_, CEP: \_\_\_\_\_ na cidade de \_\_\_\_\_ Estado do \_\_\_\_\_, telefone (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_, e-mail: \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr (a) \_\_\_\_\_, portador (a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_, nos termos de Licitação, modalidade **Concorrência nº \_\_/2022**, que tem por objeto a Contratação de Agência de Propaganda e/ou Publicidade para prestação de serviços de publicidade e propaganda, correspondente ao 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, inclusive internet, compreendendo ainda ao planejamento e à 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, e à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados, nos termos dos inc. I e II do § 1º, do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, atuando por ordem e conta do Município de Pato Branco, em conformidade com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010 para atender as necessidades de todas as Secretarias da Administração Municipal, **DECLARA**, sob as penas da lei, que:

- a) compromete-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Poder Executivo de Pato Branco as vantagens obtidas;
- b) os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato, serão de inteira responsabilidade da empresa, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro;
- c) está ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato constante do Anexo II deste Edital;
- d) está ciente e de acordo com o disposto na Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato constante do VI deste Edital.

Local e Data.

---

**Nome e assinatura do representante legal da proponente**  
**Carimbo da Proponente com nº CNPJ**

## ANEXO II - MINUTA CONTRATUAL

Contrato nº /2022/GP.

### CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Que entre si celebram, o **Município de Pato Branco**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ sob nº 76.995.448/0001-54, com sede e foro na Rua Caramuru, nº 271, Centro, em Pato Branco - PR, neste ato representado pelo seu Prefeito, Sr. **Robson Cantu**, brasileiro, portador do RG nº 1.816.183-4 SESP/PR, inscrito no CPF nº 441.436.649-68, residente e domiciliado na Rua Argentina n.º 02, Apto 702, Bairro Jardim das Américas, CEP 85.502-040, em Pato Branco - PR, de ora em diante denominado **CONTRATANTE**, \_\_\_\_\_, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, Inscrição Estadual nº \_\_\_\_\_ com sede \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, portador do CPF nº \_\_\_\_\_, RG nº \_\_\_\_\_, residente e domiciliado em \_\_\_\_\_, de ora em diante denominada **CONTRATADA**, tendo certo e ajustado a execução dos serviços, adiante especificado, cuja licitação foi promovida através do **Edital de Concorrência nº \_\_\_/2022, Processo nº \_\_\_/2022**, que independente da sua transcrição, integra o presente contrato e será regido pela Lei nº 8.666/93, Lei nº 12.232/10, Lei nº. 4.680/65, Decreto nº. 57.690/66, Decreto nº. 4.563/02, Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), Código Civil e do Código de Consumidor e demais legislação pertinente à matéria, mediante as seguintes cláusulas e condições:

#### **CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO**

I - Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade e propaganda, correspondente ao 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, inclusive internet, atuando por ordem e conta do Município de Pato Branco, em conformidade com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010 para atender as necessidades de todas as Secretarias da Administração Municipal.

II - As publicações de atos oficiais exigidos por força de lei específica serão efetuadas no órgão de imprensa oficial do município sem a intermediação da Agência de Propaganda contratada, não sendo, portanto, devido qualquer valor sobre estas publicações.

#### **CLÁUSULA SEGUNDA - DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS**

I - Também integram o objeto desta licitação, como atividades complementares, os serviços pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
- d) Criação de peças de comunicação publicitária no ambiente digital.

1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 5.1. terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Poder Executivo de Pato Branco, 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.

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

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

III - Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominadas agência, licitante, proponente ou contratada.

- a) Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.
- b) A agência atuará por ordem e conta do Município de Pato Branco, em conformidade com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o item 3.1, de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
- c) A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 2.
- d) A agência atuara de acordo com solicitação do Poder Executivo de Pato Branco.
- e) Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse dos órgãos da administração direta e das entidades da administração indireta do Município de Pato Branco.

### **CLÁUSULA TERCEIRA - DA REMUNERAÇÃO**

I - O custo estimado total da presente contratação é de **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) para o período de 12 (doze) meses.**

II - Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula.

- a) Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

**a.1)** Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

**b)** Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

**b.1)** Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

**c)** Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

**c.1)** Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

**d)** ..... % (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

**e)** Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

**III** - O preço para a execução do objeto deste Contrato será aferido de acordo com os serviços requisitados e aprovados pelo Município de Pato Branco, considerados individualmente.

**IV** - A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.4, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa.

**V** - A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

**VI** - Os valores a serem pagos para a prestação de serviços poderão ser reajustados, após decorridos 12 (doze) meses contados da apresentação da proposta de preços, pela atualização do Índice Geral de Preços do Mercado (IGP-M).

**VII** - O valor constante no inciso I desta cláusula é meramente estimativo, de forma que a CONTRATANTE se reserva no direito de não utilizar a totalidade dos recursos, sendo que a não utilização dos recursos não gera qualquer direito à CONTRATADA, seja de que natureza for inclusive indenizatória.

#### **CLÁUSULA QUARTA - DESCONTO DE AGÊNCIA**

**I** - Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965, regulamentada pelo Decreto nº 57.690/1966 e pelas NORMAS-PADRÃO, editadas pelo CENP, aprovadas em 16 de dezembro de 1998, inclusive os Anexos "A" e "B", e seu texto revisado e atualizado pelo Conselho

Superior das Normas-Padrão em 04/05/2000, 29/03/2001, 16/05/2002, 10/09/2002, 31/10/2002, 15/12/2010, 13/11/2012, 12/03/2013, 08/10/2013 e 12/11/2013. O Anexo “C” foi aprovado em 01/12/2008. O adendo do Anexo “B” foi aprovado em 16/07/2019.

a) Conforme tabela constante no anexo B, a agência fará jus a 20% (vinte por cento), **relativo ao desconto padrão concedido pelos Veículos de Comunicação.**

b) O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010, em conformidade com o ANEXO B Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária em 16/07/2019).

II - Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

III - A contratada não fará jus ao desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

#### **CLÁUSULA QUINTA - SUPRESSÕES OU ACRÉSCIMOS**

I - A **CONTRATADA** obrigar-se-á a aceitar os acréscimos e/ou supressões que se fizerem necessários nos serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial contratado, atualizado, nos termos do art. 65, §1º da Lei nº. 8.666/93.

II - Com fulcro no art. 65, §2º da Lei nº. 8.666/93, as supressões não poderão exceder os limites acima mencionados, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes.

#### **CLÁUSULA SEXTA - DOS PRAZOS E VIGÊNCIA CONTRATUAL**

I - O prazo de contratação dos serviços será de 12 (doze) meses contados da sua assinatura do contrato, podendo ser prorrogado entre as partes de acordo com a Lei, mediante formalização do Termo de Aditamento.

II - O período de vigência contratual será o prazo de contratação.

#### **CLÁUSULA SÉTIMA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

I - Para o exercício de 2022, os pagamentos correrão por conta dos recursos das Dotações Orçamentárias seguintes:

a) 02.05 GOVERNO MUNICIPAL - DIRETORIA DE COMUNICACAO SOCIAL 041310003.2.003000 Manutencao das atividades da Assessoria de Imprensa - 3.3.90.39.**88**.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (52-2143);



- b)** 04.02 SECRETARIA MUN DE PLANEJAMENTO URBANO - DEP. DE DESENVOLVIMENTO URBANO  
154510018.2.238000 Manutencao do Departamento de Planejamento Urbano - 3.3.90.39.88.00.00  
OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (100-2144);
- c)** 05.02 SECRETARIA MUN DE ADMIN. E FINANÇAS - DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO  
041220007.2.216000 Manutencao das atividades do Departamento Administrativo - 3.3.90.39.88.00.00  
OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (180-2145);
- d)** 05.02 SECRETARIA MUN DE ADMIN. E FINANÇAS - DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO  
041220007.2.216000 Manutencao das atividades do Departamento Administrativo - 3.3.90.39.88.00.00  
OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 510 - (181-2146);
- e)** 05.02 SECRETARIA MUN DE ADMIN. E FINANÇAS - DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO  
041220007.2.216000 Manutencao das atividades do Departamento Administrativo - 3.3.90.39.88.00.00  
OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 511 - (182-2147);
- f)** 06.02 SECRET.MUN.ENG.OBRAS E SERVICOS PUBLICOS - DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA  
154520019.2.021000 Manutencao das atividades do Departamento de Engenharia e Obras -  
3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (413-2148);
- g)** 07.03 SECRET.MUN.EDUCACAO E CULTURA - DEPARTAMENTO DE ENSINO 123610039.2.276000  
Manutencao do Ensino Fundamental - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS -  
PESSOA JU - Fonte 104 - (1796-6997);
- h)** 08.07 SECRETARIA MUNICIPAL DE SAUDE - ADMINISTRACAO DA SAUDE 103010043.2.388000  
Manutencao das Atividades da Saude - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS -  
PESSOA JU - Fonte 303 - (1650-2150);
- i)** 09.04 SECRETARIA DE ASSISTENCIA SOCIAL - FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTENCIA SOCIAL  
082440024.2.202000 Manutencao das Atividades da Gestao de Assistencia Social - 3.3.90.39.88.00.00  
OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (750-2152);
- j)** 10.02 SECRET.MUN.DE DESENV.ECONOMICO - DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO  
ECONOMIC 226610027.2.054000 Manter atividades do Departamento de Desenvolvimento Economico -  
3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (847-2153);
- k)** 11.02 SECRETARIA MUNICIPAL DE AGRICULTURA - DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA  
206060029.2.070000 Manutencao das atividades de Desenvolvimento Rural - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS  
SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (956-2154);
- l)** 12.02 SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE - DEPARTAMENTO DESENVOLVIMENTO  
AMBIENTAL 185410033.2.076000 Manutencao das atividades do Departamento de Meio Ambiente -  
3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (1018-2155);
- m)** 16.02 SEC.MUNICIPAL DE ESPORTE,LAZER - DEPARTAMENTO DE ESPORTE E LAZER  
278120041.2.224000 Manut.das atividades do Dpto de Esporte e Lazer - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS  
SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 511 - (1193-2158);
- n)** 17.02 SEC.MUN.DE CIENCIA TECNOLOGIA E INOVACAO - DEPARTAMENTO DO PARQUE  
TECNOLOGICO 195730025.2.241000 Manutencao das atividades do Departamento Administrativo e

Financeiro - 3.3.90.39.88.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JU - Fonte 0 - (1242-2159).

II - Para os exercícios financeiros futuros, as despesas correrão à conta das dotações próprias que forem aprovadas.

#### **CLÁUSULA OITAVA - DA FORMA E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

I - O pagamento será efetuado mensalmente, até o 10º (décimo) dia útil do mês subsequente ao da prestação de serviço e emissão da nota fiscal emitida pela CONTRATADA, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da CONTRATANTE, a/c da CONTRATADA. A nota fiscal deverá conter o valor total dos serviços realizados durante o mês, incluído o valor das despesas de veículos contratados e os serviços realizados por terceiros.

II - A Contratada deverá apresentar juntamente com a nota fiscal um relatório das campanhas publicitárias, incluindo:

III - Cópia da(s) nota(s) fiscal(is) do(s) veículo(s) contratado(s);

IV - Cópia da(s) nota(s) fiscal(is) de serviços realizados por terceiro(s), relativos à produção dos materiais publicitários;

V - Planilha(s) comprovando a veiculação do material publicitário (jornais, revistas, panfletos, televisão, outdoor, relatório de inserção de rádios, etc.).

VI - Tabela de demonstração do valor devido ao(s) veículo(s) contratado(s), de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como relatório de checagem de veiculação, a cargo da empresa independente;

VII - As notas fiscais que apresentarem incorreções serão devolvidas à CONTRATADA e seu vencimento ocorrerá em até 10 (dez) dias após a data de sua reapresentação.

VIII - O não cumprimento do disposto nesta Cláusula não será considerado como atraso de pagamento e, em consequência, não cabe a CONTRATANTE qualquer ônus financeiro.

IX - O pagamento poderá ser realizado preferencialmente por meio de ordem bancária, creditada na conta corrente da Contratada, ou por meio de fatura com utilização do código de barras.

X - Não será dispensado na nota fiscal ou fatura informações básicas, como, descrição do objeto e/ou serviços prestados, valor total da nota, mês de pagamento, identificação da Contratante e da Contratada, número da nota de empenho, não apresentar rasura e/ou entrelinhas e esteja atestada pelo gestor e fiscal do contrato bem como pela Comissão de Fiscalização e Recebimento de Bens e Serviços, mesmo contendo o código de barras.

XI - A(s) nota(s) fiscal(is) e/ou fatura(s) deverá(ão) ser impressa(s) de maneira clara, inteligível, inviolável, ordenada e dentro de padrão uniforme e deverão conter, no mínimo, o total para cada produto e/ou serviço.

XII - Para fazer jus aos pagamentos à contratada ficará condicionada a apresentação da prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal, prova de regularidade relativa à Seguridade Social (INSS) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) e Certidão Negativa de

Débitos Trabalhistas (CNDT) emitida eletronicamente através do site <http://www.tst.jus.br>, em cumprimento com as obrigações assumidas na fase de habilitação do processo licitatório.

**XIII** - Em caso de atraso de pagamento motivado exclusivamente pela contratante, como critério para correção monetária aplicar-se-á o IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo calculado pelo IBGE. Em caso de atraso de pagamento, desde que a contratada não tenha concorrido de alguma forma para tanto, serão devidos pela Contratante, juros moratórios à taxa nominal de 6% a.a. (seis por cento ao ano), capitalizados diariamente em regime de juros simples. Quando da incidência da correção monetária e juros moratórios, os valores serão computados a partir do vencimento do prazo de pagamento de cada parcela devida.

### **CLÁUSULA NONA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**I** - Manter as condições de habilitação e qualificação exigidas durante toda a vigência do **contrato**, informando a Contratante a ocorrência de qualquer alteração nas referidas condições.

**II** - Executar os serviços cotados em estrita conformidade com as especificações de sua proposta e deste termo de referencia, à qual se vincula, não sendo admitidas retificações, cancelamentos, quer seja de preços, quer seja nas condições estabelecidas.

**III** - A contratada deverá adotar medidas, precauções e cuidados especiais para evitar danos materiais e pessoais, responsabilizar-se pelo fornecimento dos produtos, respondendo civil e criminalmente por todos os danos, perdas e prejuízos que, por dolo ou culpa sua, de seus empregados, preposto, ou terceiros no exercício de suas atividades, vier a, direta ou indiretamente, causar ou provocar à Contratante e a terceiros.

**IV** - É de responsabilidade da contratada selecionar e contratar pessoal devidamente habilitado para a função a ser exercida na execução dos serviços **que lhe são afetos**, em seu nome, observando rigorosamente todas as prescrições relativas às leis trabalhistas, previdenciárias, assistenciais, securitárias e sindicais, sendo considerada, nesse particular, como única empregadora.

**V** - A contratada deverá observar rigorosamente as normas de segurança, higiene e medicina do trabalho. Além disso, deverá obedecer as normas técnicas de proteção ao meio ambiente, conforme exigido por meio do art. 12, inc. VII, da Lei 8.666/1993.

**VI** - A Contratada será responsável por todo e qualquer dano causado aos equipamentos, instrumentos, sistemas, ferramentais, maquinários, veículos e infraestrutura pertencentes à contratante, quando resultantes de ação ou omissão, negligência, imprudência ou imperícia dos seus empregados ou prepostos, bem como reparar, corrigir, remover ou substituir **sem ônus para a contratante**, no todo ou em parte, o objeto do contrato, quando constatados vícios, defeitos ou incorreções resultantes da má execução ou de materiais empregados.

**VII** - Certificar-se, preliminarmente, de todas as condições exigidas no Edital, não sendo levada em consideração qualquer argumentação posterior de desconhecimento.

**VIII** - Comunicar, imediatamente e por escrito, a Administração Municipal, qualquer anormalidade verificada, inclusive de ordem funcional, para que sejam adotadas as providências de regularização necessária.

**IX** - Todos os casos atípicos não mencionados deverão ser apresentados à fiscalização para sua definição e determinação.

**X** - Atender com prontidão as reclamações por parte do recebedor dos serviços, objeto da licitação.

**XI** - Assegurar a Contratante o direito de fiscalizar, sustar, recusar, mandar desfazer ou refazer quaisquer orçamentos, serviço e/ou fornecimento que não esteja de acordo com as normas ou especificações técnicas, hipótese em que as despesas decorrentes **não onerarão a contratante**, certo que, em nenhuma hipótese, a falta de fiscalização da Contratante eximirá a Contratada de suas responsabilidades provenientes do Contrato.

**XII** - Responsabilizar-se pela execução dos serviços, respondendo civil e criminalmente por todos os danos, perdas e prejuízos que, por dolo ou culpa sua, de seus empregados, preposto, ou terceiros no exercício de suas atividades, vier a, direta ou indiretamente, causar ou provocar à Contratante e a terceiros.

**XIII** - Garantir integralmente a qualidade dos produtos fornecidos e serviços prestados, de acordo com as especificações contidas no Termo de Referência, ficando a Contratada obrigada a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir **sem ônus para a contratante**, no total ou em parte, os produtos contratados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções.

**XIV** - Comunicar a Contratante, imediatamente, a ocorrência de qualquer fato que possa implicar no atraso da entrega e execução do objeto da Licitação.

**XV** - Não manter em seu quadro de pessoal menores em horário noturno de trabalho ou em serviços perigosos ou insalubres, não manter, ainda, em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos.

**XVI** - Cumprir com outras obrigações decorrentes da aplicação do Código de Proteção e Defesa do Consumidor - conforme Lei nº 8.078/90, que sejam compatíveis com o regime de direito público.

**XVII** - Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

**XVIII** - A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

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

**XX** - Utilizar, na elaboração dos serviços, objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.

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

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

**XXIII** - O disposto no subitem **XXII** não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei no 12.232/2010.

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

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

**XXVI** - O desrespeito ao disposto no subitem **XXV** 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 no contrato e no art. 87 da Lei Federal no 8.666/1993.

**XXVII** - A CONTRATANTE reserva-se ao direito de solicitar informações à CONTRATADA sobre todos os planos de incentivo que lhes forem concedidos em decorrência deste contrato, bem como a demonstração de que o incentivo recebido não produziu ou estimulou veiculações contrárias ao interesse do Município de Pato Branco.

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

**XXIX** - Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

- a) Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
  - b) Somente apresentar cotações de preços de fornecedores observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010;
  - c) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações do ramo do fornecimento pretendido, devendo os mesmos fornecer serviços de superior qualidade;
  - d) 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;
  - e) A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação do responsável pelas informações (nome completo, RG e e-mail);
- 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 do CONTRATANTE.
  - 2) O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.
  - 3) Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Gestor deste contrato.
  - 4) Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:
    - A) Supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA.
    - B) Realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços independentemente de valor.

**XXX** - Cabe a CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

**XXXI** - As disposições do subitem **XXIV a XXX** não se aplicam à compra de mídia.

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

**XXXIII** - É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

- a) Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
- b) Dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

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

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

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

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

**XXXVIII** - Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE durante a vigência do contrato, sem ônus para esta, cópias das peças produzidas, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: uma cópia em DVD pendrive e/ou arquivos digitais;
- b) Internet: uma cópia em CD, pendrive ou outro, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
- c) Rádio: uma cópia em CD, pendrive ou outro, com arquivos digitais;
- d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, pendrive ou outro, com arquivos nas versões aberta - com as fontes e imagens em alta resolução - e finalizada **observados os direitos de terceiros**.

**XXXIX** - Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, pendrive ou outro.

**XL** - Orientar a produção e a impressão das peças gráficas e material aprovados pelo CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

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

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

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

**XLVII** - Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

**XLVIII** - Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas no edital, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que tratam o art. 4o e seu § 1o da Lei nº 12.232/2010.

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

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

**LI** - Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do 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, cuja inadimplência não transfere responsabilidade à Contratante;

**LII** - 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.

**LIII** - Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

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

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

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

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

**LVIII** - Responder pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou acompanhamento realizado pela contratante, de acordo com o art. 70 da Lei n.º 8.666/93.

**LIX** - A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste contrato.

**LX** - As publicações de atos oficiais exigidos por força de lei específica serão efetuadas no órgão de imprensa oficial do município sem a intermediação da Agência de Propaganda contratada, não sendo, portanto, devido qualquer valor sobre estas publicações.

**LXI** - A contratada deverá garantir a qualidade dos serviços, devendo substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto contratado em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções.

**LXII** - Havendo divergência entre os serviços solicitados e os entregues, o gestor do contrato efetuará a notificação à empresa, para que sejam sanadas as possíveis irregularidades num prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas.

**LXIII** - A contratada deverá manter as condições de habilitação e qualificação exigidas, em compatibilidade com as obrigações assumidas durante toda a vigência do contrato, de acordo com o art. 55, XIII, da Lei 8.666/93, informando a Contratante a ocorrência de qualquer alteração nas referidas condições;

#### **CLÁUSULA DÉCIMA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA REFERENTE ÀS BOAS PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE**

**I** - As boas práticas de otimização de recursos, redução de desperdícios e menor poluição se pautam em alguns pressupostos e exigências, que deverão ser observados pela contratada, que deverá fazer uso racional do consumo de energia e água, adotando medidas para evitar o desperdício.

**II** - Conduzir suas ações em conformidade com os requisitos legais e regulamentos aplicáveis, observando também a legislação ambiental para a prevenção de adversidades ao meio ambiente e à saúde dos trabalhadores e envolvidos na prestação dos serviços.

**III** - Proibir quaisquer atos de preconceito de raça, cor, sexo, orientação sexual ou estado civil na seleção de colaboradores no quadro da empresa.

**IV** - Treinamento/capacitação periódicos do(s) empregado(s) sobre boas práticas de redução de desperdícios/poluição.

**V** - Racionalização do uso de substâncias potencialmente tóxicas e/ou poluentes.

**VI** - Dar preferência à aquisição e uso de equipamentos e complementos que promovam a eficiência energética e redução de consumo.



**VII** - Evitar ao máximo o uso de extensões elétricas e verificar a voltagem adequada ao uso dos equipamentos.

**VIII** - Realizar verificações e, se for o caso, manutenções periódicas nos seus aparelhos elétricos, extensões, etc.

**IX** - Conduzir suas ações em conformidade com os requisitos legais e regulamentos aplicáveis, observando também a legislação ambiental para a prevenção de adversidades ao meio ambiente e à saúde dos trabalhadores e envolvidos na prestação dos serviços, como exige a Lei nº 9.985/00.

**X** - Deverá, se possível, adotar práticas de sustentabilidade e de racionalização no uso de materiais e serviços, incluindo uma política de separação dos resíduos recicláveis descartados e sua destinação às associações e cooperativas dos catadores de materiais recicláveis, conforme Decreto nº 5.940/2006.

**XI** - Deverá obedecer às normas técnicas de proteção ao meio ambiente, conforme exigido por meio do art. 12, inc. VII, da Lei 8.666/1993.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

**I** - Acompanhar e fiscalizar a execução dos serviços executados, por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos, e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis.

**II** - Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

**III** - Comunicar à contratada, por escrito, as imperfeições, falhas ou irregularidades verificadas, fixando prazo para a sua correção.

**IV** - Efetuar o pagamento à contratada no valor correspondente ao fornecimento do objeto ou execução do serviço ou etapa do serviço, no prazo e forma estabelecidos no edital e seus anexos.

**V** - Atestar as faturas correspondentes, por intermédio de servidor competente.

**VI** - Prestar as informações e os esclarecimentos, necessários à prestação dos serviços, que venham a ser solicitados pela contratada.

**VII** - Notificar, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento das obrigações assumidas no contrato.

**VIII** - Aplicar as sanções administrativas contratuais pertinentes, em caso de inadimplemento.

**IX** - Comunicar prontamente a Contratada, qualquer anormalidade no objeto do contrato, podendo recusar o recebimento, caso não esteja de acordo com as especificações e condições estabelecidas.

**XI** - Comunicar à Contratada qualquer irregularidade manifestada durante a vigência do contrato, para que sejam adotadas as medidas pertinentes.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA SUBCONTRATAÇÃO**

**I** - Não será admitida a subcontratação de outra agência de propaganda e/ou publicidade para a realização do objeto contratado.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DO RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS**

I - O recebimento dos serviços se dará conforme o disposto no artigo 73, inciso I alíneas “a” e “b”, seus parágrafos e art. 76 da Lei n.º 8.666/93, e compreenderá duas etapas distintas, a seguir discriminadas:

**a) Recebimento provisório** pelo Fiscal do contrato, mediante termo circunstanciado, no prazo de 15 (quinze) dias, contados da data do recebimento de comunicação escrita emitida pela empresa contratada, para efeito de verificação da conformidade dos serviços com a especificação exigida;

1) Após a realização de verificação que constate não haver defeitos, vícios ou incorreções ou que já tenham sido corrigidos pela contratada quaisquer apontamentos efetuados, o Fiscal emitirá, o Termo Circunstanciado de Recebimento Provisório.

**b) Recebimento Definitivo** será realizado pelo fiscal do contrato e pela Comissão de Fiscalização e Recebimento de Bens e Serviços, para atestar se os serviços contemplaram plenamente aos requisitos dos termos contratuais, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes, num prazo de 15 (quinze) dias.

1) Se durante o recebimento definitivo, for constatado que os serviços foram feitos de forma incompleta, com qualidade e quantidade inferior à contratada, apresentando defeitos ou em desacordo com as especificações, o contratado se obriga a corrigir os serviços em desacordo, após a notificação do contratado, no prazo máximo de 15 (quinze) dias (Art. 69º, lei 8.666/93). Sendo interrompido o prazo de recebimento definitivo até que seja sanada a situação;

2) Na hipótese de a verificação a que se refere o recebimento definitivo não ser procedida dentro do prazo fixado, reputar-se-á como realizada, consumando-se o recebimento definitivo no dia do esgotamento do prazo;

3) A fiscalização por parte do município e o recebimento provisório ou definitivo, não excluem a responsabilidade civil da contratada, nos termos das prescrições legais.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DOS PRAZOS E CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO DO OBJETO:**

I - Os pedidos serão executados mediante solicitação formal da CONTRATANTE, através de Nota de Empenho e Ordem de Serviços emitida pelo Departamento de Imprensa do Município.

II - Para execução dos serviços, deverão ser observadas as normas legais específicas sobre eles, objeto da presente licitação especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010, a Lei Federal n.º 4.680/65 e os Decretos Federais n.º 57.690/66 e 4.563/02, bem como as demais normas da legislação publicitárias em vigor.

III - O prazo será determinado conforme a natureza dos serviços solicitados não ultrapassando o prazo máximo de 15 (quinze) dias.

IV - O **prazo de vigência do contrato** é de 12 (doze) meses da assinatura do mesmo, podendo ser prorrogado entre as partes de acordo com a Lei, mediante formalização do Termo de Aditamento.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DO GESTOR DO CONTRATO**

I - A administração indica como gestor do Contrato, o **Secretário Interino de Administração e Finanças**, Agostinho Rossi, matrícula nº 21.725/1.

II - Entre suas atribuições está a de apurar a ocorrência de quaisquer circunstâncias que incidam especificamente no art. 77, 78 e 88 da Lei 8666/93 que trata das Sanções Administrativas para o caso de inadimplemento contratual e cometimento de outros atos ilícitos.

III - Compete ao gestor do Contrato, no que couber, as atribuições previstas no Decreto Municipal nº 8.296 de 17 de abril de 2018.

IV - As decisões e providências que ultrapassarem a competência destes deverão ser solicitadas a autoridade superior, em tempo hábil, para a adoção das medidas convenientes.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - FISCAL DO CONTRATO.**

**30.1** - A administração indica como fiscal do Contrato, a **Diretora do Departamento de Imprensa**, Graciele Novello Viacelli, matrícula nº 11.3743/1.

**30.2** - Compete ao fiscal do Contrato, no que couber, as atribuições previstas no Decreto Municipal nº 8.296 de 17 de abril de 2018.

**30.3** - As decisões e providências que ultrapassarem a competência destes deverão ser solicitadas a autoridade superior, em tempo hábil, para a adoção das medidas convenientes.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DOS DIREITOS AUTORAIS E ACERVO**

I - A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias - incluídos os estudos, análises e planos -, campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

**a** - O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, **após o término deste** contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

**b** - A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo do Município de Pato Branco, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

**1)** Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, realizar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

II - Com vistas às contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores dois orçamentos para a execução do serviço, um de cessão por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o CONTRATANTE escolha uma das opções.

**a** - 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 pelo CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens "II, a, 2"; "II, b" até "II, c" desta cláusula.

**1** Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

**2** 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 Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**b** - 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 pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

**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 Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**c** - Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens “**II, a, 1**”; “**II, b**” desta cláusula, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

**III** - Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

**IV** - A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pelo CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no item **XXIX da Cláusula Oitava - Das Obrigações da Contratada**.

**V** - A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

**a)** A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá a seu juízo, utilizar referidos direitos **incidentes sobre o material bruto**, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba ao CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

**b)** Que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

**c)** Que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

**VI** - O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo do Município de Pato Branco. Nesses casos, quando couber, a

CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente ao CONTRATANTE.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DA ANTICORRUPÇÃO**

I - As partes declaram conhecer as normas de prevenção à corrupção previstas na legislação brasileira, dentre elas, a Lei de Improbidade Administrativa (Lei Federal n.º 8.429/1992), a Lei Federal n.º 12.846/2013 e seus regulamentos, se comprometem que para a execução deste contrato nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar, a quem quer que seja, aceitar ou se comprometer a aceitar, de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou benefícios indevidos de qualquer espécie, de modo fraudulento que constituam prática ilegal ou de corrupção, bem como de manipular ou fraudar o equilíbrio econômico financeiro do presente contrato, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, devendo garantir, ainda que seus prepostos, administradores e colaboradores ajam da mesma forma.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA NONA - SANÇÕES PARA O CASO DE INADIMPLEMENTO**

I - Com fundamento nos art. 86 e 87 da Lei 8.666/93 e conforme previsto no Art. 5º do Decreto Municipal nº 8.441/19, a Contratada ficará sujeita, no caso de atraso injustificado, assim considerado pela Administração inexecução parcial ou inexecução total da obrigação, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurada a prévia e ampla defesa, às penalidades das seguintes espécies:

- a) Advertência.
- b) Multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato.
- c) Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de licitar e contratar com a Administração.
- d) Declaração de inidoneidade.
- e) Descredenciamento do sistema de registro cadastral.

II - As sanções previstas nos subitens “a”, “c” e “d” do item acima poderão ser aplicadas cumulativamente com a do subitem “b”.

#### **III - Das Particularidades da Multa, conforme previsto no Art. 7º do Decreto Municipal nº 8.441/19:-**

A multa imposta ao contratado ou licitante, se não disposta de forma diferente no contrato, poderá ser:

a) de caráter moratório, na hipótese de atraso injustificado na entrega ou execução do objeto do contrato, quando será aplicada nos seguintes percentuais:

I - 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviços, calculado sobre o valor correspondente à parte inadimplida, quando o atraso não for superior 30 (trinta) dias corridos.

II - 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso que exceder a alínea anterior, até o limite de 15 (quinze) dias, na entrega de material ou execução de serviços, calculado, desde o trigésimo primeiro dia de atraso, sobre o valor correspondente à parte inadimplida, em caráter excepcional, e a critério do órgão contratante.

b) de caráter compensatório, quando será aplicada nos seguintes percentuais.

**I** - 15% (quinze por cento) do valor do empenho em caso de inexecução parcial do objeto pela contratada ou nos casos de rescisão do contrato, calculada sobre a parte inadimplida.

**II** - 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato, pela sua inexecução total ou pela recusa injustificada do licitante adjudicatário em assinar o contrato ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração.

**IV** - O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do primeiro dia útil seguinte ao do vencimento do prazo de entrega ou execução do contrato.

**V** - A instrução obedecerá ao princípio do contraditório, assegurada ao acusado ampla defesa, com a utilização dos meios e recursos admitidos em direito.

**VI** - Na fase de instrução, o indiciado será notificado pelo gestor do Contrato e terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir do recebimento do correio eletrônico no e-mail registrado em Ata/Contrato, para apresentação da Defesa Prévia, assegurando-se lhe vista do processo, e juntada dos documentos comprobatórios que considerar pertinentes à fundamentação dos fatos alegados na mesma.

**VII** - O extrato da decisão definitiva, bem como toda sanção aplicada, será anotada no histórico cadastral da empresa e nos sistemas cadastrais pertinentes, quando for o caso, além do processo ser apostilado na sua licitação correspondente.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA - DA RESCISÃO CONTRATUAL**

**I** - O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos artigos 77 e 78 e nas formas estabelecidas no artigo 79, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e, ainda, pelo desatendimento das obrigações previstas neste Contrato.

**II** - Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, a CONTRATANTE deverá efetuar o ressarcimento de despesas por ela autorizadas e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA.

**III** - Em caso de extinção, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outra Agência de Propaganda, caberá à CONTRATANTE decidir pela continuidade do presente contrato.

**IV** - Em caso de rescisão do presente contrato por parte da CONTRATANTE não caberá a CONTRATADA direito de qualquer indenização, salvo na hipótese do § 2º, do art. 79, da Lei nº 8.666/93.

**V** - A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA - DO FORO**

**I** - Fica eleito o foro da Comarca de Pato Branco - PR. para dirimir questões relativas ao presente contrato, com a expressa e formal renúncia de outro qualquer, por mais privilegiado que seja.

Assim, por estarem certos e ajustados obrigando-se a bem e fielmente cumprir todas as disposições do Contrato, firmam-no em três (3) vias de igual teor e forma.

Pato Branco, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022.

**Município de Pato Branco - Contratante**  
**Robson Cantu - Prefeito**

\_\_\_\_\_ - **Contratada**  
\_\_\_\_\_ - **Representante Legal**

**ANEXO III**

**DECLARAÇÃO DE RESPONSABILIDADES**

**DECLARAÇÃO**

**Ao**  
**Município de Pato Branco**  
**Comissão Especial de Licitações**  
**Referente: Edital de Concorrência nº \_\_/2022**

A Empresa \_\_\_\_\_, devidamente inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, com endereço na Rua \_\_\_\_\_, nº \_\_\_\_\_, CEP: \_\_\_\_\_ na cidade de \_\_\_\_\_ Estado do \_\_\_\_\_, telefone (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr (a) \_\_\_\_\_, portador (a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ **DECLARA:**

**I - Não foi declarada inidônea por nenhum órgão público de qualquer esfera de governo, estando apta a contratar com o poder público;**

**II - Que para cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, não emprega menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menores de dezesseis anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos quatorze anos de idade, em cumprimento ao que determina o inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666/93, acrescida pela Lei nº 9.854/99.**

III - Comprometemo-nos a manter durante a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e habilitação exigidas na licitação.

Local e data.

\_\_\_\_\_  
Nome e assinatura do representante legal da proponente  
Carimbo da Proponente com nº CNPJ

#### ANEXO IV

#### DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

A/C

Comissão Especial de Licitação

Município de Pato Branco - PR

Referente: Edital de Concorrência nº \_\_/2022

A Empresa \_\_\_\_\_, devidamente inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, com endereço na Rua \_\_\_\_\_, nº \_\_\_\_\_, CEP: \_\_\_\_\_ na cidade de \_\_\_\_\_ Estado do \_\_\_\_\_, telefone (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr (a) \_\_\_\_\_, portador (a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_, DECLARA, sob as sanções administrativas cabíveis e sob as penas da lei, ser microempresa **ou** empresa de pequeno porte nos termos da legislação vigente, não possuindo nenhum dos impedimentos previstos no § 4 do artigo 3º da Lei Complementar nº 123/06.

Local e Data.



---

**Nome e assinatura do representante legal da proponente**  
**Carimbo da Proponente com nº CNPJ**

**ANEXO V**

**DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO INCISO III, DO ART. 9º DA LEI 8666/93**

**A/C**

**Comissão Especial de Licitação**

**Município de Pato Branco - PR**

**Referente: Edital de Concorrência nº \_\_/2022**

A Empresa \_\_\_\_\_, devidamente inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, com endereço na Rua \_\_\_\_\_, nº \_\_\_\_\_, CEP: \_\_\_\_\_ na cidade de \_\_\_\_\_ Estado do \_\_\_\_\_, telefone (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_ por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr (a) \_\_\_\_\_, portador (a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_, DECLARA sob as penas da Lei, para os fins requeridos no inciso III, do artigo 9º da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, que não tem em seu quadro societário e de empregados, servidor ou dirigente de órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação.

Local e Data.

---

**Nome e assinatura do representante legal da proponente**  
**Carimbo da Proponente com nº CNPJ**

**ANEXO VI**

**MODELO CARTA DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE LEGAL**

**A/C**

**Comissão Especial de Licitação**

**Município de Pato Branco - PR**

**Referente: Edital de Concorrência nº \_\_/2022**

A Empresa \_\_\_\_\_, devidamente inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, com endereço na Rua \_\_\_\_\_, nº \_\_\_\_\_, CEP: \_\_\_\_\_ na cidade de \_\_\_\_\_ Estado do \_\_\_\_\_, telefone (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr. (a) \_\_\_\_\_, portador (a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_, abaixo assinado(a), para fins de Licitação, **Concorrência nº \*\*/2022**, CREDENCIAMOS o Sr(a) \_\_\_\_\_ portador(a) da cédula de identidade nº \_\_\_\_\_, expedida em \_\_\_\_\_ pela \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_ residente e domiciliado(a) na Rua \_\_\_\_\_ nº \_\_\_\_\_ Bairro \_\_\_\_\_, Município \_\_\_\_\_ CEP \_\_\_\_\_ Estado do \_\_\_\_\_, na condição de REPRESENTANTE LEGAL desta licitante, outorgando-lhe plenos poderes para pronunciar-se em nome da empresa e praticar todos atos inerentes ao certame licitatório.

Por ser a expressão da verdade e para que surta efeitos legais, firmamos a presente.

Local e data

\_\_\_\_\_  
**Nome e assinatura do representante legal da proponente**  
**Carimbo da Proponente com nº CNPJ**

#### ANEXO VII

#### MODELO DE DECLARAÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS

**A/C**

**Comissão Especial de Licitação**

**Município de Pato Branco - PR**

**Referente: Edital de Concorrência nº \_\_/2022**

A Empresa \_\_\_\_\_, devidamente inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, com endereço na Rua \_\_\_\_\_, nº \_\_\_\_\_, CEP: \_\_\_\_\_ na cidade de \_\_\_\_\_ Estado do \_\_\_\_\_, telefone (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_ por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr (a) \_\_\_\_\_, portador (a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_, DECLARA, para fins de Licitação que a propriedade literária e os direitos autorais correspondentes as campanhas a serem realizadas serão cedidos ao Município de Pato Branco, para deles utilizar-se na forma que lhe aprouver em decorrência do Contrato que vier a ser firmado, sem qualquer ônus ou remuneração adicional.

Por se a expressão da verdade, firmamos a presente declaração.

Local e data.

---

**Nome e assinatura do representante legal da proponente**  
**Carimbo da Proponente com nº CNPJ**

**ANEXO VIII**  
**TABELA SINAPRO**



**VALORES REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS**  
(expressos em reais)

**Critérios Gerais**

Os critérios gerais seguem as normas editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, bem como a legislação que rege a propaganda, particularmente a Lei nº 4.680 de 18/06/1965, e os Decretos nº 57.690 de 1º/02/1966 e nº 2.262 de 26/06/1997.

**Custos Internos**

Os custos internos são cobrados conforme os valores estipulados nesta tabela de Valores Referenciais de Serviços Internos e devem obedecer o item 3.6 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

### **Custos Externos**

São todos os custos dos serviços contratados com fornecedores/terceiros para execução dos trabalhos dos clientes e que são executados sob supervisão da Agência de Propaganda/Publicidade. Os honorários da Agência à taxa de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os valores dos serviços de fornecedores/terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP. Os honorários não incidem sobre valores internos, impostos (exemplo IPI), encargos sociais e reembolsos de despesas.

### **Reembolso de Despesas**

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, etc. O reembolso de despesas, fará parte integrante da receita tributável da Agência, não podendo, pois, serem deduzidos do preço do serviço. Assim sendo, tal reembolso sofre uma taxação da alíquota do ISS-Imposto sobre Serviços. Esse tributo deve ser cobrado do cliente nesses casos.

### **Projetos Especiais**

A cobrança de projetos, criação e redação de textos de materiais e outros serviços não previstos nesta tabela de Valores Referenciais de Serviços Internos, é de livre negociação entre a Agência e o Cliente.

Das relações entre Agências de Publicidade, Anunciantes e Veículos de Comunicação Artigo 2.3.1: É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre Veículos de Comunicação e Anunciantes, diretamente ou mediante a participação da Agência de Publicidade responsável pela conta publicitária.

O respectivo contrato deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá remunerar a Agência, podendo este ônus recair sobre o Veículo ou sobre o Anunciante, isoladamente, ou sobre ambos e em qual proporção. Quando o contrato for omissivo a respeito, a Agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus ao desconto-padrão da Agência.

Desconto-padrão  
da Agência: 20%

A) ANÚNCIO PARA JORNAL	Texto	Layout	Arte-final	Total
Até 1/8 página	942,00	942,00	818,00	2.702,00
Até 1/4 página	1.284,00	1.284,00	997,00	3.565,00
Até 1/2 página	1.716,00	1.716,00	1.555,00	4.987,00
Até 1 página	2.079,00	2.079,00	1.815,00	5.973,00
Página dupla	2.654,00	2.654,00	2.286,00	7.597,00
Encarte simples 23,5 cm x 33 cm	1.716,00	1.716,00	1.555,00	4.987,00
Encarte duplo 55 cm x 33 cm	2.485,00	2.485,00	2.485,00	7.455,00
Tablóides de ofertas - por página	1.411,00	1.411,00	1.208,00	4.030,00

Observação: a) Balanço: + 50% sobre o valor da montagem.

b) Página-base: 6 col. x 54 cm, adotada pelos principais jornais do país.

B) ANÚNCIO PARA REVISTA	Texto	Layout	Arte-final	Total
1/4 página	1.815,00	1.815,00	1.436,00	5.066,00
Até 1/2 página	2.183,00	2.183,00	1.716,00	6.082,00
Até 1 página	2.485,00	2.485,00	2.183,00	7.153,00

Página dupla	3.709,00	3.709,00	3.170,00	10.588,00
Encarte simples 21 cm x 30 cm	2.485,00	2.485,00	2.183,00	7.153,00
Encarte duplo 42 cm x 30 cm	3.536,00	3.536,00	3.536,00	10.608,00

C) MÍDIA EXTERIOR/INDOOR	Texto	Layout	Arte-final	Total
Back light/front light/top site	3.433,00	3.433,00	3.433,00	10.299,00
Busdoor/outbus/backbus	2.554,00	2.554,00	2.554,00	7.662,00
Cartaz de 32 folhas e outros	2.554,00	2.554,00	2.554,00	7.662,00
Display indoor	2.554,00	2.554,00	2.554,00	7.662,00
Faixa de rua/placa de identificação de rua	1.155,00	1.155,00	1.155,00	3.465,00
Mobiliário urbano - por peça	2.554,00	2.554,00	2.554,00	7.662,00
Painel rodoviário	3.433,00	3.433,00	3.433,00	10.299,00

#### D) PRODUÇÃO E ELETRÔNICA

##### D.1)

Arte/RTVC - por peça	673,00
Audiovisual (documentário) até 5´	27.131,00
Audiovisual (documentário) até 10´	37.997,00
Audiovisual (documentário) até 15´	48.834,00
Audiovisual (documentário) acima de 15´	Sob avaliação
Filme/vinheta/VT/merchandising (qualquer duração)	9.268,00

Observação: Não estão incluídos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, iluminação, efeitos especiais, direção, sonorização, fotografia, cópias, cachês, programação visual, ilustração especial, logotipia e despesas operacionais.

##### D.2)

Espera telefônica (texto)	5.978,00
Jingle até 60´´	5.978,00
Jingle acima de 60´´	Sob avaliação
Spot até 60´´	4.887,00
Spot acima de 60´´	Sob avaliação
Texto para ação de merchandising até 60"	4.887,00
Texto para ação de merchandising acima de 60"	Sob avaliação

Observação: Não estão incluídos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, intérprete, arranjo, músicos ou técnicos especialmente convidados e nem custos de regravação, trilha sonora, cópias, cachês e despesas operacionais.

E) MATERIAIS PROMOCIONAIS	Criação (Texto/Layout)	Arte-Final	Total
Adesivo automotivo ou vitrine	2.803,00	1.196,00	3.999,00
Adesivo de chão	3.645,00	1.559,00	5.204,00
Agenda (capa e miolo)-por página	5.446,00	1.816,00	7.262,00
Bandeirola - por modelo	5.446,00	1.816,00	7.262,00

Balão	2.912,00	1.439,00	4.351,00
Banner	2.912,00	1.439,00	4.351,00
Baralho	2.213,00	681,00	2.894,00
Boné/chapéu	2.448,00	815,00	3.263,00
Broadside - por página	2.725,00	918,00	3.643,00
Button	2.725,00	918,00	3.643,00
Calendário - por lâmina	5.446,00	1.186,00	7.262,00
Camiseta	2.725,00	918,00	3.643,00
Caneta/lápis	2.725,00	918,00	3.643,00
Capa/contracapa: apostila/caderno/livro	6.251,00	2.079,00	8.330,00
Capa de carnê	2.725,00	918,00	3.643,00
Capa/contracapa de catálogo	6.251,00	2.079,00	8.330,00
Capa/contracapa de CD	5.446,00	1.186,00	7.262,00
Cardápio - por página	2.962,00	1.274,00	4.236,00
Cartão de natal	5.446,00	1.186,00	7.262,00
Cartão postal	5.446,00	1.186,00	7.262,00
Cartaz/poster	5.446,00	1.186,00	7.262,00
Cartazete	3.575,00	1.529,00	5.104,00
Catálogo ou folheto - por página	2.962,00	1.274,00	4.236,00
Chaveiro	2.725,00	918,00	3.643,00
Cinta (para produção de jornais)	3.490,00	1.504,00	4.994,00
Convite	2.725,00	918,00	3.643,00
Convite + envelope	5.446,00	1.186,00	7.262,00
Copo	2.725,00	918,00	3.643,00
Crachá	2.448,00	815,00	3.263,00
Diploma	4.998,00	1.672,00	6.670,00
Display de mesa/take one	5.446,00	1.186,00	7.262,00
Display de ponta de gôndola	6.903,00	2.961,00	9.864,00
Display de vitrine	6.917,00	2.656,00	8.853,00
Encarte de CD-p/ lâmina/label de CD	2.725,00	918,00	3.643,00
Etiqueta	2.448,00	815,00	3.263,00
Faixa de gôndola/stopper	5.446,00	1.186,00	7.262,00
Flyer (volante) - frente e verso	5.471,00	1.819,00	7.290,00
Folder - até 6 páginas	8.885,00	3.822,00	12.707,00
Cada face diagramada equivale a uma página, independente do formato. Diagrama explicativo na última página. <u>Exemplos:</u> 1 folha com 1 dobra equivale a 4 páginas; 1 folha com 2 dobras paralelas equivale a 6 páginas.			
<u>Definição de folder:</u> qualquer impresso que contenha no mínimo 1 dobra. Acima de 6 páginas: sob consulta.			
Forração de gôndola/bandô	5.446,00	1.186,00	7.262,00
House organ/newsletter - por	2.448,00	815,00	3.263,00

página			
Leque	2.725,00	918,00	3.643,00
Livro/Revista-p/pág.(capa e contracap	2.448,00	815,00	3.263,00
Mala direta - por página	1.716,00	918,00	2.634,00
Mala direta/peça promocional	21.787,00	7.262,00	29.049,00
Móbile	5.099,00	2.187,00	7,286,00
Mouse pad	2.725,00	918,00	3.643,00
Pasta de eventos	5.446,00	1.186,00	7,262,00
Pesquisa de brindes	7.653,00	3.281,00	10.934,00
Placa/painel	5.446,00	1.186,00	7,262,00
Portfólio-perfil institucional - p/página	2.725,00	918,00	3.643,00
Relatório anual - por página	2.167,00	707,00	2.874,00
Risque e rabisque	2.725,00	918,00	3.643,00
Sacola/bolsa	2.725,00	918,00	3.643,00
Totem	7.618,00	3.271,00	10.889,00
Troféu - não incluso mock-up	9.861,00	3.281,00	13.142,00
Urnas	8.847,00	2.947,00	11.794,00
Viseira	2.448,00	815,00	3.263,00

#### F) EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

F1) Digitação de Textos Por lauda até 1.200 toques	811,00
Valor mínimo	439,00
Outros idiomas Cobrar mais 50%	
F2) Scanner Mínimo de 100 cm <sup>2</sup> - Cor	403,00
Mínimo de 100 cm <sup>2</sup> - P/B	265,00
Cm <sup>2</sup> excedente - Cor	1,80
Cm <sup>2</sup> excedente - P/B	1,53
F3) Retoque de imagens Valor por hora	1.240,00

F4) Vetorização de logotipos Valor médio	1.008,00
F5) Print	359,00
Papel formato A3 - Cor	
Papel formato A3 - P/B	146,00
Papel formato A4 - Cor	180,00
Papel formato A4 - P/B	75,00

Exemplo prático de cálculo			
Material de Jornal - 1/2 página Textc layout, arte-final	4.987	Material de Revista - página simples	
Digitação até 1.200 toques	811,00	Texto, layout, arte-final	7.153,00
Vetorização de logotipos	1.008,00	Digitação até 1.200 toques	811,00
prints P/B - A4	150,00	toques 1 scanner cor	403,00
Total	6.956,00	1 retoque de imagem 1h	1.240,00
		2 prints cor A4 1	360,00
		print P/B A4	75,00



	Total	10.042,00
--	-------	-----------

G) PAPELARIA	Projeto	Layout	Arte-Final	Total
Bloco de anotações	1.374,00	1.374,00	1.208,00	3.956,00
Cartão empresa	1.208,00	1.208,00	1.028,00	3.444,00
Cartão de aniversário/cartão personalizado	1.208,00	1.208,00	1.028,00	3.444,00
Cartão visita	1.208,00	1.208,00	1.028,00	3.444,00
Envelope saco/ofício	1.248,00	1.248,00	1.067,00	3.563,00
Envelope simples	1.248,00	1.248,00	1.067,00	3.563,00
Papel carta decorativo	1.248,00	1.248,00	1.067,00	3.563,00
Papel carta/ofício	1.248,00	1.248,00	1.067,00	3.563,00
Papel embrulho/presente	1.248,00	1.248,00	1.067,00	3.563,00
Pasta	1.248,00	1.248,00	1.067,00	3.563,00

#### H) PROJETOS ESPECIAIS

Conceito gráfico de apresentações (ppt ou sirriares)	7.145,00
Diagramação por slide	1.786,00
Criação de conceito de campanha	41.625,00
Derivação e/ou atualização de conceito de campanha	29.138,00
Identidade visual para espaço (corredor, finger e sala de espera)	23.372,0
Planejamento de ação digital nas redes sociais - institucional	36.431,00
Planejamento de ação digital nas redes sociais - por produto	36.431,00
Planejamento de comunicação (projeto básico)	70.457,00
Planejamento de comunicação integrada: Planejamento de ações promocionais, de relacionamento, de redes sociais e de propaganda	181.979,00
Planejamento de eventos	55.364,00
Planejamento de marketing direto e fidelização	63.757,00
Planejamento de promoções	55.364,00
Projeto gráfico editorial (capas + miolo com até 16 páginas)	21.241,00

Observação: os trabalhos que não constam nesta lista serão cobrados mediante orçamento específico.

#### I) TRABALHOS MEDIANTE ORÇAMENTO ESPECÍFICO

Assessoria	
Brindes promocionais especiais	Folhetos/distribuição
Cenários para TVC/palcos	Ilustração especial
Consultoria	Mala direta/expedição
Cópias de áudio	Nome fantasia - empresas
Cópias de audiovisual/documentário	Nome fantasia - produtos
Cópias de filme	Pesquisa de mercado
Cópias de VT	Planejamento de CD-Rom
Decoração de vitrines	Planejamento de hotsites
Desenho técnico	Projetos especiais

Display técnico	Promoção de vendas
Espectáculos/shows/planejamento/organização	RP (Relações Públicas)
Filmagem de eventos	Uniforme

J) PROGRAMAÇÃO VISUAL (*)	Projeto	Layout	Arte Final	Total
Envelopamento/adensivagem de frota	7.335,00	7.335,00	3.674,00	18.344,00
Fachada	9.503,00	9.503,00	9.503,00	28.509,00
Logotipo empresa	12.017,00	12.017,00	10.287,00	34.321,00
Logotipo produto	12.017,00	12.017,00	10.287,00	34.321,00
Manual de uso (marca/logomarca)-por página	1.426,00	1.426,00	1.229,00	4.081,00
Marca/logotipo empresa (logomarca)	19.815,00	19.815,00	16.974,00	56.604,00
Marca/logotipo eventos/mobiliário	10.836,00	10.836,00	9.285,00	30.957,00
Marca/logotipo produto (logomarca)	19.815,00	19.815,00	16.974,00	56.604,00
Marca/logotipo reformulação (logomarca)	8.329,00	8.329,00	7.143,00	23.801,00
Mascote ou personag.-custo de ilustração à parte	8.329,00	8.329,00	7.143,00	23.801,00
Nome de produto	7.550,00	7.550,00	3.775,00	18.875,00
Programação visual de quiosques	11.349,00	11.349,00	5.807,00	28.505,00
Uniformes promotoras - por peça	7.335,00	7.335,00	3.674,00	18.344,00
Selo comemorativo	5.233,00	5.233,00	4.593,00	15.059,00
Slogan	18.864,00	18.864,00	6.287,00	44.015,00

(\*) Mediante orçamento específico

Estande para feiras	Símbolo
Identificação corporativa	Sinalização interna
Impressos específicos	Trios elétricos
Pintura de frota	Vitrines

Observação: os preços destes serviços devem levar em consideração o custo/hora do profissional.

K) EMBALAGENS	Criação (Texto/Layout)	Arte-Final	Total
Berço (estrutura de embalagem)	8.903,00	4.340,00	13.243,00
Caixa de embarque	5.840,00	3.052,00	8.892,00
Caixa display de produto	18.937,00	7.695,00	26.632,00
Cartela/tag	4.733,00	2.785,00	7.518,00
Cartela com saco	6.629,00	3.764,00	10.393,00
Embalagem (adaptação)	7.098,00	7.695,00	14.793,00
Embalagem produto	23.677,00	7.695,00	31.372,00
Embalagem blister/sampling	7.288,00	4.128,00	11.416,00
Embalagem. de linha de prod..- até 5 embalagens	94.654,00	30.734,00	125.388,00
Embalagem promocional	10.652,00	7.695,00	18.347,00
Mock-ups (sem custo de terceiros)	18.097,00	7.236,00	25.333,00
Rótulo	6.836,00	2.931,00	9.767,00

L) SERVIÇOS DIGITAIS		
ANÚNCIOS DISPLAY		
Peça/Tipo	Valor-Referência	
Master (qualquer dimensão)	4.903,00	
Adaptação (qualquer dimensão)	Estático 1.954,00	Animado 2.151,00
Replicação (ajustes de especificações para outros veículos)	Por formato 575,00	Formatos GDN* 2.567,00

\* Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN) -18 formatos.

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS	
Peça	Dimensão - Pixel
Arranha-céu (skyscraper )	120 x 600
Arranha-céu largo (wide skyscraper )	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (cabeçalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 - 728 x 300
Giga banner (cabeçalho grande)	970 x 90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200
Meia página (half page )	300 x 600
Outdoor (billboard )	970 x 250
Dhtml/floater	Variável, até 72.200 pixels de área

Mobile - Feature Phones	
Small banner	120 x 20
Medium banner	168 x 28
Large banner	216 x 36
Smart Phones - Web & Apps	
Banner e banner expansível	300 x 50
Wide banner e wide banner expansível	320 x 50
Interstitial	300 x 250

Observação: formatos-padrão IAB e Rede Display Google (GDN). Sujeitos a alteração.

OUTRAS PEÇAS	
Peça	Criação/Finalização
Post simples/anúncio redes sociais (jpg/gifs + texto)	4.404,00
Post carrossel (jpg/gifs + texto)	8.808,00

Cover para redes sociais	4.404,00
Criação/Animação/Programação	
o	9.804,00
Anúncio para tablet horizontal ou vertical	
Anúncio para tablet horizontal e vertical	14.709,00

#### Observações:

- 1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.
- 2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.

#### Projetos

Os preços a seguir referem-se a projetos solicitados com mais frequência por clientes. Incluem os custos de horas-homem dos profissionais envolvidos das áreas de Atendimento, Planejamento, Gestão, Design/Criação, Programação e Produção de Conteúdo.

#### Valores Referenciais

A realização de um projeto pode utilizar profissionais de todas as áreas ou não. Além disso, os projetos têm especificidades e graus de complexidade diferentes, que demandam mais ou menos horas-homem. Por isso, sugerimos a seguir valores referenciais baseados em projetos de média complexidade.

#### Etapas de Trabalho

Etapas de trabalho possíveis para um projeto: diagnóstico, planejamento, protótipo, layout, desenvolvimento (programação) e produção de conteúdo. A existência ou não de todas as etapas depende da natureza e do grau de complexidade do projeto.

BUSINESS INTELLIGENCE	Valor-
Serviço/Esopo	Referência
A disciplina business intelligence é ampla com várias áreas de atuação, tais como: big data, análise qualitativa e quantitativa de dados, planejamento de TI, banco de dados, entre outras. Escolhemos inserir o valor-referência do serviço mais demandado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.	

Análise de BI	
Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações. A análise consiste na interpretação dos dados tabulados extraindo informações relevantes para a validação da estratégia e objetivos definidos para a ação (KPIs), gerando relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes nas diversas ações em desenvolvimento.	8.823,00

#### CAMPANHAS

Serviço/Esopo Referência	Valor-
<b>Planejamento de Campanha</b>	
Abrange duas áreas distintas: planejamento estratégico de campanhas digitais e planejamento de mídia para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz swot e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.	
<b>Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais</b> A partir de briefing-padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.	46.347,00

Observação: Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.

<b>GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE</b>	
Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.	
<b>Rede de Pesquisa (Links Patrocinados)</b>	
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
<b>Rede de Display e Impulsioneamento de Conteúdo</b>	
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
<b>Programática</b>	
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada

Observação: valor mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$5.733,00/mês

<b>REDES SOCIAIS</b>	
<b>Planejamento de Redes Sociais</b>	
O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders. .	

Serviço/Esopo Referência	Valor-
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico da presença nas redes sociais.</li> <li>• Definição dos objetivos a serem atingidos.</li> <li>• Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma.</li> <li>• Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a serem utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria.</li> <li>• Definição de métricas para acompanhamento.</li> <li>• Definição de ferramentas para análise de desempenho.</li> </ul>	35.712,00

<b>GESTÃO DE REDES SOCIAIS</b>	
Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais. O monitoramento contínuo inclui o relacionamento com os stakeholders, análises de métricas relevantes e ações emergenciais de acordo com o que for detectado.	
<b>GESTÃO DE CANAIS E CONTEÚDO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação.</li> <li>• Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros.</li> <li>• Planejamento recorrente dos temas abordados no mês.</li> <li>• Customização das fanpages com o mote do período.</li> <li>• Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo com o cliente.</li> <li>• Volumetria: até 3 redes sociais, postagens nas seguintes quantidades: Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana.</li> <li>• Insights para a produção de conteúdo.</li> <li>• Entrega e apresentação de relatório mensal.</li> </ul>	16.412,00/ mês
<b>GESTÃO DE MONITORAMENTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000menções/mês).</li> <li>• Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens.</li> <li>• Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados.</li> <li>• Monitoramento de menções e temperatura de humor.</li> <li>• Monitoramento de resultados de ações e campanhas.</li> <li>• Indicadores de desempenho (KPIs).</li> <li>• Acordo de nível de serviço 5 x 8.</li> <li>• Entrega e apresentação de relatório mensal.</li> </ul>	10.242.00 /mês

<b>GESTÃO DE RELACIONAMENTO</b>	
---------------------------------	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca.</li> <li>• Classificação do perfil de seguidores e influenciadores.</li> <li>• Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade.</li> <li>• Acordo de Nível de Serviço 5 x 8.</li> <li>• Volume médio de 150 interações por mês.</li> <li>• Entrega e apresentação de relatório mensal.</li> </ul>	14.444,00
---	-----------

Observação: os valores não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais.

### SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)

#### Planejamento

Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, afim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca.

Serviço/Esopo	Valor-Referência
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise do comportamento de busca do mercado da empresa.</li> <li>• Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência.</li> <li>• Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio.</li> <li>• Definição dos melhores canais (buscadores).</li> <li>• Definição dos tipos de conteúdo mais adequados.</li> <li>• Definição das estratégias de link building.</li> <li>• Análise do ranking orgânico (organic ) e de autoridade (authority ).</li> <li>• Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas.</li> <li>• Traffic source - tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores.</li> <li>• Análise do campo semântico para qualificação da audiência desejada.</li> <li>• Definição da estratégia de gestão de autoridade.</li> <li>• Definição de metas e KPIs.</li> </ul>	30.856.00

#### GESTÃO

A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. Inclui link building, instruções técnicas para otimização de páginas, códigos do site, otimização do conteúdo e das imagens, instruções para otimização de back-links e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.

#### Diagnóstico e setup inicial do Canal

<p>Consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante pelos buscadores.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site.</li> <li>• Melhorias no title e meta description.</li> <li>• Correções na indexação do site (rastreamento, ações manuais, dns, 404, robots , sitemaps e servidor).</li> <li>• Levantamento de transferência de propriedade e autoridade de página/domínio.</li> <li>• Análises de broken link, backlink e link building .</li> <li>• Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat</li> <li>• Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas.</li> </ul>	15.100,00

Observação: valor para 20 seções/templates .

<p><b>GESTÃO DE SEO</b></p> <p>A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados.</li> <li>• Instruções técnicas para otimização de páginas.</li> <li>• Revisão constante de códigos do canal.</li> <li>• Otimização do conteúdo e das imagens.</li> <li>• Instruções para otimização de back-links .</li> <li>• Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.</li> <li>• Volume sugerido: criação de um conteúdo por semana.</li> </ul>	12.473,00 /mês

Observação: Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com funcional semelhante aos citados nesta tabela.

<p><b>WEBSITE</b></p> <p>Responsivo com 10 ações: home, empresa, serviços, galeria de mídias, formulário de contato, formulário de orçamento, notícias, clientes, casos de sucesso, resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe , layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.</p>	
	48.711,00

<p><b>HOTSITE</b></p> <p>Tecnicamente idêntico ao website, porém com uma estrutura de seções menor e mais focada a lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de</p>	
---	--



comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.	
Hotsite de evento com 8 seções: home, sobre o evento, como chegar, agenda, palestrantes, patrocinadores, formulário de contato, formulário de inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemaps, wireframe , layout e desenvolvimento front-end e back-end . Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	28.043,00

#### MOBILE SITE

Um Mobile Site possui as mesmas características de um Website, porém devem ser consideradas premissas técnicas essenciais para elevar a experiência do usuário e otimizar muito o desempenho, visto que será utilizado em dispositivos móveis.	
Versão de um website já existente - 10 seções: home, empresa, serviços, galeria de mídias (fotos, vídeos), formulário de contato, formulário de orçamento, notícias, clientes, casos de sucesso, resultados de busca, especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	29.148,00

#### BLOG

O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.	
Responsivo com 5 seções: home, categoria de conteúdo, conteúdo, resultados de busca e fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end . Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	18.906,00

#### LANDING PAGE

Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.	
--	--

Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap wireframe , layout e desenvolvimento front-end e back-end . HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	9.349,00
---	----------

#### MOBILE APP

Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e IOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end Funcionalidades: login, logout, esqueci minha senha, termos de uso, cadastro, sobre o aplicativo, galeria de fotos, notícias, push notification, eventos, alteração de dados cadastrais. Painel de administração para atualização de conteúdo e APIs de integração entre o back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.	75.627,00
--	-----------

#### E-COMMERCE

Customização de e-commerce, utilizando plataforma de mercado existente. Em caso de plataformas open-source, é definido um tema padrão e com base nisto é feita toda customização. Em caso de plataforma proprietária, é utilizado o tema já existente e feitas as customizações dentro dos limites da plataforma.

E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda online. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: home, categoria de produtos, produto, carrinho de compras, finalização de pedido, resultados de busca, institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	63.286,00
--	-----------

Observações:

- 1) O valor não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos.
- 2) O valor não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte.
- 3) O valor não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

#### E-MAIL MARKETING

Criação e produção do HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir do briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	4.404,00
---	----------

**Outros serviços de E-mail Marketing**

Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Sob consulta
--	--------------

**NEWSLETTER**

<b>Criação e produção do HTML</b>		4.404,00
Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. Conteúdo especializado produzido pelo cliente.		
<b>Outros serviços de Newsletter</b>		Sob consulta
Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.		

**M) Valores Referenciais de Serviços Publicitários para Concorrências (Federal, Estadual ou Municipal)**

Criação de conceito de campanha - apresentação até 3 peças finalizadas - 30.331,00

\* Valor de custeio

Criação de conceito de campanha integrada:

Planejamento de mídia offline e online - apresentação até 7 peças finalizadas - 45.495,00

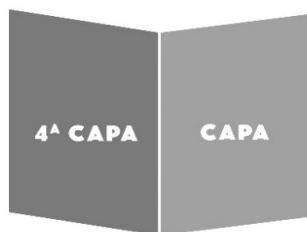
\* Valor de custeio

\* Valor de custeio é válido exclusivamente para participação em concorrência, independente do resultado.

\* Para a transferência de direitos autorais da campanha, deverão ser utilizados os valores de acordo com a Lista de Valores Referenciais de Serviços Internos do Sinapro/PR vigente.

Preço em caso de desistência de trabalhos encomendados: pode ser cobrado 50% sobre o valor do trabalho.

FOLDER 4 PÁGINAS



PÁGINA 4

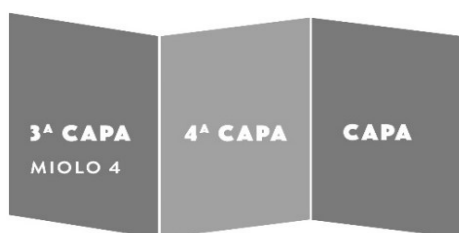
PÁGINA 1



PÁGINA 2

PÁGINA 3

FOLDER 6 PÁGINAS



PÁGINA 5

PÁGINA 6

PÁGINA 1



PÁGINA 2

PÁGINA 3

PÁGINA 4