CURITIBA

**PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA**
**SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL**
**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

# CONCORRÊNCIA Nº 004/2018

**AUTORIZAÇÃO PARA LICITAR Nº 155/2018**
**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 01-002295/2018**

O Município de Curitiba comunica aos interessados, que realizará **CONCORRÊNCIA**, cujo Edital assim se resume.

**OBJETO:** Contratação de até 02 (duas) agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade para atendimento dos órgãos e entidades da administração direta e indireta do Município, conforme especificações contidas no formulário proposta e anexos, partes integrantes deste Edital, à disposição no *site* do Município de Curitiba.

**DOCUMENTAÇÃO E PROPOSTAS:** Serão recebidas no dia **24 de abril de 2018** às **09h** na Secretaria Municipal de Planejamento e Administração no seguinte endereço: Rua Solimões, 160 - Bairro São Francisco, Curitiba - Paraná.

**EDITAL:** Poderá ser obtido junto à Secretaria Municipal da Comunicação Social do Município de Curitiba, situada Rua Cândido de Abreu,817 - Centro Cívico, Palácio 29 de Março, 1º andar, Curitiba-Paraná, de segunda-feira a sexta-feira, no horário comercial (9h às 12h e das 14h às 17h) ou por meio de *download* no site do Município de Curitiba: www.curitiba.pr.gov.br.

Curitiba, 06 de março de 2018.

**HEITOR MANFRINATO**
**PRESIDENTE**

# CONCORRÊNCIA Nº 004/2018

## 1. PREÂMBULO

1.1 O Município de Curitiba torna público por meio da Secretaria Municipal da Comunicação Social, neste ato representada pela Comissão Especial de Licitação, designada pelo Decreto nº 058/2018, realizará a abertura de licitação no dia **24 de abril de 2018** às **9h**, na Secretaria Municipal de Planejamento e Administração, situada Rua Solimões, 160 – Bairro: São Francisco, Curitiba – Paraná, com o recebimento dos documentos e envelopes na modalidade Concorrência, **do tipo melhor técnica**, de acordo com a Lei nº 12.232 de 29.04.2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680 de 18.06.1965 e nº 8.666 de 21.06.93, Decreto Municipal n°2038/2017 de 16/11/2017, Decreto nº 57.690 de 01.02.66, Decreto nº 4.563 de 31.12.2002, e **autorização para licitar nº 155/18** em conformidade com as normas consubstanciadas pela lei acima mencionada, e com as disposições da legislação vigente, no que couber e demais normas que tratam sobre objeto desta licitação.

1.2. **FORMA E REGIME DE EXECUÇÃO:** Execução indireta, sob a regência da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, e aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e nº 8.666, de 21 de junho de 1993, Decreto Municipal n°2038/2017 de 16/11/2017.

1.2.1. O valor estimado desta concorrência é de até R$ 24.043.000,00 (vinte e quatro milhões e quarenta e três mil reais).

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

1.3. Os recursos para a execução dos serviços estão previstos no Orçamento Fiscal do Município de Curitiba para o ano de 2018, nas rubricas:

**SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL**
04001.04131.0002.2067.339039.0.1.000
04001.04131.0007.2162.339039.0.1.000

**SECRETARIA MUNICIPAL DA EDUCAÇÃO**
09001.12361.0002.2028.339039.0.1.103
09001.12361.0002.2039.339039.0.1.103
09001.12365.0002.2034.339039.0.1.107
09001.12365.0002.2040.339039.0.1.103

**SECRETARIA MUNICIPAL DE TRÂNSITO**
19001.15131.0006.2156.339039.0.1.509
19001.15131.0006.2157.339039.0.1.509

**INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA**
25001.04122.0006.2147.339039.0.1.001
25001.04122.0006.2147.339039.0.1.080

**INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO**
27001.23131.0004.2113.339039.0.1.001
27001.23131.0004.2114.339039.0.1.001

**FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA**
28001.13131.0002.2052.339039.0.1.001
28001.13131.0002.2053.339039.0.1.001

**FUNDAÇÃO DE AÇÃO SOCIAL**
29001.08131.0002.2014.33909039.0.1.001
29001.08131.0002.2015.33909039.0.1.001

**FUNDO DE URBANIZAÇÃO DE CURITIBA**
30001.15131.0006.2143.339039.0.1.078

**FUNDO MUNICIPAL DA SAÚDE**
33001.10301.0003.2096.339039.0.1.303
33001.10301.0003.2096.339039.0.1.497
33001.10301.0003.2099.339039.0.1.303
33001.10301.0003.2099.339039.0.1.497
33001.10301.0003.2099.339039.0.1.499
33001.10301.0003.2100.339039.0.1.303
33001.10301.0003.2102.339039.0.1.303

**FUNDO MUNICIPAL PARA CRIANÇAS E O ADOLESCENTE**
35001.08243.0002.6010.33909039.0.1.001
35001.08243.0002.6010.33909039.5.1.880

**FUNDO MUNICIPAL DE APOIO AO DEFICIENTE**
37001.08131.0002.2085.33909039.0.1.001

**FUNDO MUNICIPAL DOS DIREITOS DA PESSOA IDOSA**
44001.08131.0002.2088.33909039.0.1.001
44001.08131.0002.2088.33909039.5.1.900

1.3.1. O Município de Curitiba demandará às agências o desenvolvimento de campanhas e demais serviços previstos neste Edital, Termo de Referência e Anexos conforme seu planejamento estratégico de comunicação.

1.3.2. Para o exercício seguinte, novas dotações deverão ser informadas tomando-se por base o PPA 2018/2021 e a LOA do ano correspondente.

## 2. OBJETO DA CONVOCAÇÃO GERAL

2.1. A presente CONCORRÊNCIA tem por objeto à contratação de até 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da

execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

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

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

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

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

2.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Município de Curitiba, o público-alvo e os meios 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.

2.1.2. 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.

2.1.2.1. 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.

2.1.3. O estudo e o planejamento, previstos no item 2.1.1, objetivam a proposição estratégica das campanhas publicitárias, para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, contemplando tanto os meios de comunicação e divulgação tradicionais (offline), bem como os meios digitais (online), prevendo sempre que possível os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas até 2 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes, proponentes ou contratadas.

2.2.1. Se, em decorrência das regras deste Edital e da legislação aplicável, não restar 2 (duas) agências que sejam possíveis de contratação, o Município de Curitiba contratará uma (1) agência vencedora e, a seu exclusivo juízo, decidirá sobre a conveniência e oportunidade de realizar ou não novo certame para a contratação de novas agências.

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

2.2.3. As agências atuarão por ordem e conta do Município de Curitiba, em conformidade com as Leis Federais n.º 4.680/1965 e n.º 12.232/2010, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias. Os fornecedores de bens e serviços especializados deverão apresentar as certidões negativas (Certidão negativa ou positiva com efeitos de negativa de débitos relativos aos tributos federais e a dívida ativa da união; Certidão negativa de débitos trabalhistas; Certidão de regularidade de FGTS; Certidão negativa de débitos tributários e de dívida ativa estadual; Certidão negativa de tributos e outros débitos municipais) e deverão estar previamente cadastradas no Município de Curitiba.

2.2.4. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 2.

2.2.5. As agências atuarão de acordo com solicitação do Município de Curitiba, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.

2.2.6. Para a execução dos serviços, o Município de Curitiba observará o procedimento de seleção interna entre as agências, conforme manual a ser publicado antes do início da execução do contrato.

2.2.7. 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 Poder Executivo Municipal, incluídas as empresas públicas, autarquias, sociedades de economia mista e serviços sociais autônomos vinculados ao Município de Curitiba, sob a coordenação da Secretaria Municipal da Comunicação Social.

2.3. A CONTRATADA atuará mediante convocação do Município de Curitiba, procedendo-se o estabelecido no art. 1° à 4° da Lei 12.232/10, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas no item 2.1, devendo os serviços de publicidade ser demandados e executados indistintamente e independentemente da classificação.

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

2.5. O Município de Curitiba poderá solicitar materiais e serviços em regime de urgência, os quais deverão ser executados no prazo acordado previamente entre as partes.

2.6. As Agências deverão fornecer ao Município de Curitiba relatório mensal comprovando o pagamento aos fornecedores, em um prazo máximo de três dias após a efetivação do pagamento pelo Município de Curitiba para a Agência.

## 3. ESCLARECIMENTOS, COMUNICADOS E IMPUGNAÇÕES

3.1. **Boletins de esclarecimentos** - Para suprir todas as dúvidas e disponibilizar informações solicitadas pelos interessados, a Comissão de licitação emitirá um boletim de esclarecimento, que será anexado no site do Município de Curitiba: www.curitiba.pr.gov.br.

3.1.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

3.1.2 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no item 6.

3.2. **Comunicados** - Qualquer comunicado referente a este certame será emitido pela Comissão de licitação e divulgado no site do Município de Curitiba: www.curitiba.pr.gov.br.

3.3. **Impugnação –** Qualquer interessado poderá até 5 (cinco) dias úteis antes do recebimento das propostas e os licitantes até 2 (dois) dia úteis antes, impugnarem o ato convocatório conforme art. 41, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8666/93, que serão dirimidos pela Comissão de Especial de Licitação, mediante solicitação **por escrito** na Secretaria Municipal da Comunicação Social, no endereço: Palácio 29 de Março – Avenida Cândido de Abreu, 817 – 1º andar, Centro Cívico Curitiba - Paraná ou para os seguinte endereço eletrônico:

licitacao@smcs.curitiba.pr.gov.br

3.3.1. A não apresentação de impugnação nos prazos acima estabelecidos implicará na decadência desse direito.

3.4. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, pelo e-mail indicados acima.

3.4.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, pelo endereço indicado no caput deste item, sem identificar a licitante consulente e seu representante. As respostas aos pedidos de esclarecimento constituirão parte integrante do presente Edital.

3.5. Caso no dia previsto para a abertura da licitação não houver expediente na Secretaria Municipal de Planejamento e Administração, a licitação será suspensa e a Comissão Especial de Licitação emitirá COMUNICADO no site do Município de Curitiba: www.curitiba.pr.gov.br, informando a nova data para o recebimento das propostas.

3.6. É de responsabilidade única e exclusiva dos interessados o acompanhamento da divulgação dos comunicados emitidos pela Comissão Especial de Licitação. Não serão aceitas reclamações baseadas no desconhecimento do teor desses documentos.

## 4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderão participar da presente Licitação agência de propaganda regularmente estabelecidas no País, cuja finalidade e ramo de atuação principal estejam ligados ao objeto da licitação e que preencham as condições específicas deste Edital.

4.2 - Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de ser contrata pelo Município de Curitiba;
b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública federal, estadual ou municipal;
d) estrangeira que não funcione no País;
e) cujo Invólucro nº 1:
  e.1) apresente em sua parte externa a identificação da licitante ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
  e.2) esteja danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
f) que estiver reunida em consórcio;
g) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou estejam lotados na Administração Pública Municipal;
h) nenhum servidor ou seu cônjuge, companheiro ou parente em linha retal, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, poderá ser diretor, proprietário, controlador ou integrar conselho de empresa fornecedora ou que realize qualquer modalidade de contrato com o Município, sob pena de demissão. A vedação aplica-se desde o período em que se inicia a fase interna do processo licitatório.

4.3 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

4.4 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado 6.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus Anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que o Município de Curitiba não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

## 5. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

5.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação o 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.

5.1.1. Os documentos mencionados no subitem 5.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas e comporão os autos do processo licitatório.

5.1.2 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade. É considerada cópia autenticada aquela expedida eletronicamente pela Junta Comercial, com selo de autenticidade passível de conferência pela internet.

5.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes de representação no ato. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Licitação cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

5.2. 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.

5.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões, exceto se, por ocasião das sessões seguintes, o instrumento de mandato ou eleição para cargo de administração estiverem revogados expressamente ou por fim de prazo. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento para a Comissão Especial de Licitação.

5.4. 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 presente Edital.

## 6. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, conforme será especificado nos próximos itens.

6.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 8.2 e 8.3.

6.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicite formalmente na Assessoria Técnica de Licitação da Secretaria Municipal da Comunicação Social, de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e 14h30 às 17h, diretamente na Secretaria Municipal da Comunicação Social, no endereço: Palácio 29 de Março – Avenida Cândido de Abreu, 817 – 1º andar – Secretaria Municipal da Comunicação Social indicado neste Edital.

6.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem lacres, sem rubrica ou qualquer outro sinal que permita a identificação. Fechado apenas com o elástico pertencente ao próprio invólucro.

6.1.1.3 Para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;
b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
c) estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

6.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 8.4.

6.1.2.1 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2
Município de Curitiba
Secretaria Municipal da Comunicação Social
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 004/2018

6.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.1.3 No Invólucro nº 3 deverá estar acondicionado os documentos referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 8.5 a 8.7.

6.1.3.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3
Município de Curitiba
Secretaria Municipal da Comunicação Social

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 004/2018

6.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

## 7. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

7.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

7.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4
Município de Curitiba
Secretaria Municipal da Comunicação Social
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 004/2018

7.1.2. O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

## 8. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e sub quesitos a seguir. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

### 8.2 QUESITOS 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

Na apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;
c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato;
d) espaçamentos de 2 cm nas margens esquerda, direita, superior e inferior, a partir da borda;
e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
f) espaçamentos ‘simples’ entre as linhas e ‘duplo’ após títulos, entretítulos e entre parágrafos;
g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte ‘arial’, ‘cor preta’, tamanho ‘12 pontos’, estilo normal, observadas as orientações dos subitens 8.2.1, 8.2.2 e 8.2.3. Não será permitido redação em caixa alta, e uso de fonte negrito e/ou sublinhada;
i) numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, no canto inferior direito, em algarismos arábicos;
j) sem identificação da licitante.

8.2.1 As especificações do subitem 8.2 não se aplicam às peças de que trata o subitem 8.2.4.

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

a) poderão ser editados em cores;
b) os dados e informações devem ser editados na fonte ‘arial’ e podem ter menos de ‘12 pontos’;
c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
c.1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite de páginas previstos neste Edital, cada folha de papel A3 será computado como 2 (duas) páginas de papel A4. A folha A3 deve adequar-se às dimensões do caderno, sendo que a dobra deverá ser única, e ocorrer para se manter o conteúdo não identificável, sendo permitido um excesso de, no máximo, 3 milímetros para fora do caderno;
c.2) impressas na orientação paisagem.

8.2.3 Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

a) ser editados em cores;
b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
c) ter qualquer tipo de formatação de margem;
d) ser apresentados em papel A3 dobrado. A folha A3 deve adequar-se às dimensões do caderno, sendo que a dobra deverá ser única, e ocorrer para se manter o conteúdo não identificável, sendo permitido um excesso de, no máximo, 3 milímetros para fora do caderno.
e)as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

8.2.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente ao caderno de que trata o subitem 8.2, em prancha preta com no máximo 42x30 centímetros (formato A3) sem dobras e numeradas sequencialmente ao caderno especifico no canto inferior direito. As pranchas deverão ser inseridas no Involucro nº 1 de forma que não danifiquem os mesmos.

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

8.2.6 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto aos demais itens do

presente edital. O total de documentos e textos deverá caber no Invólucro nº 1, sem que o mesmo seja danificado.

8.2.7. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de comunicação ou de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

8.3 A licitante deverá elaborar o Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) com base no Briefing (Anexo II), observadas as seguintes disposições:

**a) Raciocínio Básico -** texto em que a licitante:
a.1) demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing;
a.2) deverá ser apresentado em papel formato A4, branco, de até 10 (dez) laudas;
a.3) obedecer às orientações apresentadas no disposto no item 8 e seus subitens
a.4) apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária dos órgãos e entidades do Município de Curitiba, a compreensão da empresa licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

**b) Estratégia de Comunicação Publicitária** - texto em que a licitante:
b.1) apresentará e defenderá a temática e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do Briefing;
b.2) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária, abrangendo comunicação integrada para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar para mídias alternativas, tradicionais e campanhas de internet;
b.3) o texto deverá ser apresentado em papel formato A4, branco, de até 10 (dez) laudas, em que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e as metas de comunicação desejadas pelo Município de Curitiba e onde se definem os objetivos de comunicação e como as campanhas publicitárias apresentadas na Ideia Criativa, pretendem resolvê-los;
b.4) obedecer às orientações apresentadas no disposto no item 8 e seus subitens.

**c) Ideia Criativa:** a licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o proposto no Briefing, por meio de síntese da proposta conceitual contida na Estratégia de Comunicação Publicitária.
c.1) o texto deverá ser apresentado em papel formato A4, branco, de até 5 (cinco) laudas, com a síntese da estratégia de comunicação publicitária para o Município de Curitiba, a respeito da abordagem criativa da campanha, acompanhada das peças que não serão computadas no número de laudas, e que deverão ser apresentadas fora do caderno, que a corporifiquem objetivamente, limitados a 15 (quinze) peça, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material.
c.2) podem ser apresentados sob a forma de:
c.2.1) roteiro, leiaute ou story-board impressos, para qualquer meio;
c.2.2) protótipo ou “monstro”, para rádio e internet;
c.2.3) story-board animado ou animatic, para TV e cinema.

c.3) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “fisicamente”, até o

limite de que trata a alínea “c1” do subitem 8.3, devem ser observadas as seguintes regras:

c.3.1) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;
c.3.2) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
c.3.3) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;
c.3.4) anúncio para tablets e dispositivos similares com mais de uma página será considerado uma peça;
c.3.5) adesivagem de fingers e similares será considerada uma peça;
c.3.6) um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
c.3.7) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
c.3.8) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
c.3.9) 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.

c.4) 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 “c1” do subitem 8.3.

c.5) Os story-boards animados ou animatics e os protótipos poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, 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.

c.6) As peças para a internet poderão ser produzidas em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

c.7) As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em prancha preta com no máximo 42X30 centímetros (formato A3) e devem ser acondicionadas dentro do Invólucro 1 sem danificar o mesmo.

c.8) obedecer às orientações apresentadas no disposto 8.2 e seus subitens.

**d) Estratégia de Mídia e Não Mídia** constituída de:

d.1) 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;

d.2) 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.

d.3) Todas as peças e material que integrarem a Ideia Criativa deverão constar de tal simulação.

d.4) Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:
d.4.1) o período de distribuição das peças e ou material;
d.4.2) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
d.4.3) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
d.4.4) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

d.5) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

d.6) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

d.7) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

d.8) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65;

d.9) Na simulação indicada no item d.4:
d.9.1) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia e bruta, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
d.9.2) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
d.10) atender os dispostos no item 8 e seus subitens, sem limitação de página atentando para que não viole ou danifique o Invólucro nº1.

**8.4 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

Não deverá conter os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa e deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

a) ter a identificação da licitante;
b) ser datado;
c) estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**8.5 QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**:

A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.5.1 A Capacidade de Atendimento podera ser constituída de textos, tabelas, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
c) as instalações e a infraestrutura que estarão à disposição para a execução do contrato;
d) a sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Curitiba, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.
f) não há limitações com relação a quantidade de páginas.

**8.6 QUESITO 3 - REPERTÓRIO**:

A licitante deverá apresentar os documentos, informações e peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, fonte Arial tamanho 12, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.6.1 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

8.6.1.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas, preferencialmente, a partir de 1º de janeiro de 2014.

8.6.1.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis, em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, swf, mpeg, mp4 e mov, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 8.6 ou serem apresentadas separadamente.

8.6.1.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.6, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais. Se apresentadas separadamente, deverão estar em prancha preta com no máximo 42x30 centímetros (formato A3) sem dobras e numeradas sequencialmente ao caderno especifico no canto inferior direito.

8.6.2. Para cada peça publicitária 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 ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

8.6.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo Município de Curitiba, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda. Podendo ser apresentadas peças desenvolvidas para outros órgãos e entidades da Administração Direta ou Indireta de qualquer outro ente federativo.

## 8.7 QUESITO 4 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, fonte Arial 12, numerado sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Obedecer aos dispostos do item 8 e seus subitens.

8.7.1 A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. Obedecer as orientações apresentadas no disposto no 8 e seus subitens. Cada Relato:

a) será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
b) não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo Município de Curitiba, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
c) deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

8.7.1.1 A formalização do referendo poderá ser feita no próprio relato, no qual constarão, além do próprio referendo, o nome empresarial do cliente, o nome, o cargo ou função e a assinatura do signatário.

8.7.1.2 As propostas de que trata o subitem 8.7.1 devem ter sido implementadas preferencialmente a partir de 1º de janeiro de 2016.

8.7.1.3 É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças publicitárias, que não serão contabilizadas dentro do limite especificado no item 8.7.1, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, swf, mpeg, mp4 e mov., podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 8.7 ou ser apresentadas separadamente.
b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas separadamente, deverão estar em prancha preta com no máximo 42x30 centímetros (formato A3) sem dobras e numeradas sequencialmente ao caderno especifico no canto inferior direito. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
c) para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

8.7.2 Todas as peças e folhas apresentadas fora dos cadernos que tratam os Invólucros n.º 2 e 3 deverão ser igualmente rubricadas pelo representante da empresa licitante.

## 9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

9.1 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, prevista como critério de julgamento técnico, compostas por duas partes, sendo o Plano de Comunicação Publicitária e Conjunto de informações, com os seguintes atributos da Proposta:

**9.1.1 Plano de Comunicação Publicitária.**

a) Raciocínio Básico – acuidade de compreensão:

a.1) das características do Município de Curitiba e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
a.2) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Curitiba com seus públicos;
a.3) do papel do Município de Curitiba no atual contexto social, político e econômico;
a.4) do problema específico de comunicação do Município de Curitiba (briefing).

b) Estratégia de Comunicação Publicitária:

b.1) a adequação do tema e do conceito propostos à natureza e à qualificação do município de Curitiba e a seu problema específico de comunicação, situado no briefing;
b.2) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema e do conceito propostos;
b.3) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do município de Curitiba com seus públicos;
b.4) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do Município de Curitiba;
b.5) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
b.6) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
b.7) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de Curitiba e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos e a verba disponível.

c) Ideia Criativa:

c.1) sua adequação ao problema específico de comunicação do Município de Curitiba;
c.2) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
c.3) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
c.4) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
c.5) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
c.6) sua pertinência as atividades do Município de Curitiba e a sua inserção na sociedade;
c.7) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
c.8) a exequibilidade das peças;
c.9) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

**9.1.2 - Estratégia de Mídia e Não Mídia:**

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 em relação às duas alíneas anteriores;
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do Município de Curitiba;
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
f) a otimização da mídia segmentada, digital(internet), alternativa e de massa.

**9.1.3 Capacidade de Atendimento:**

a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Município de Curitiba, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
c) a Agência participante do certame, que não possua sede ou filial já instalada no Município de Curitiba, deverá anexar declaração no Envelope 3 de que terá capacidade de, no prazo estabelecido em contrato, instalar, em Curitiba, Paraná, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao Contratante, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais contratados:

c.1) um profissional na área de atendimento;
c.2) um profissional na área de planejamento;
c.3) uma dupla de profissionais na área de criação;
c.4) um profissional nas áreas de produção impressa;
c.5) um profissional nas áreas de produção eletrônica;
c.6) um profissional na área de mídia;
c.7) um profissional na área de mídia digital e gestão de projetos de Internet.

d) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
e) a relevância e a utilidade das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Curitiba, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

**9.1.4 Repertório:**

a) a ideia criativa e sua pertinência;
b) a clareza da exposição;
c) a qualidade da execução e do acabamento.

**9.1.5 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

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

9.2 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir:

| QUESITOS / SUBQUESITOS | PONTOS |
|---|---|
| **1. Plano de Comunicação Publicitária** | **70** |
| Raciocínio Básico | 5 |
| Estratégia de Comunicação Publicitária | 25 |
| Ideia Criativa | 25 |
| Estratégia de Mídia e Não Mídia | 15 |
| **2. Capacidade de Atendimento** | **20** |
| **3. Repertório** | **5** |
| **4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** | **5** |
| **PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL** | **100** |

**9.2.1 Plano de Comunicação Publicitária** – Máximo de 70 (setenta) pontos, compreendendo os seguintes quesitos:

9.2.1.1 Raciocínio Básico: entende-se por Raciocínio Básico para fins desta licitação a acuidade de compreensão:
a) das funções e do papel do Município de Curitiba nos contextos social, político e econômico;
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Curitiba com seus públicos;
c) das características do Município de Curitiba e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
e) do problema específico de comunicação a ser enfrentado pelo Município de Curitiba;
f) das necessidades de comunicação do Município de Curitiba para enfrentar esse problema.

9.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação:
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Curitiba 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 Curitiba com seus públicos;
d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Curitiba;
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 Curitiba, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.

9.2.1.3 Ideia Criativa: entende-se por Ideia Criativa para fins desta licitação:
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Município de Curitiba;
b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
g) sua pertinência às atividades do Município de Curitiba e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou 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.

9.2.1.4 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 Curitiba;
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.

**9.2.2 Capacidade de Atendimento**: Máximo de 20 (vinte) pontos, sendo:
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 Curitiba;
d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
e) a operacionalidade do relacionamento entre o Município de Curitiba e a licitante, esquematizado na proposta;
f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Município de Curitiba, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

**9.2.3 Repertório:** Máximo de 05 (cinco) pontos, sendo:
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.

**9.2.4 Relato de Soluções de Problemas de Comunicação:** Máximo de 05 (cinco) pontos, sendo:
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.

9.3 A pontuação final de cada Proposta Técnica depende de motivação expressa e definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados no item supra, completando o total de 100 (cem) pontos.

9.4 As propostas que não obtiverem a nota mínima de 80 (oitenta) pontos serão desclassificadas.

9.5 As propostas que obtiverem nota igual ou superior a 80 (oitenta) pontos serão classificadas em ordem decrescente, a partir da que acumular maior pontuação.

9.6 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal depois da vírgula.

9.7 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.

9.7.1 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.

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

9.9 Serão consideradas classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 2 (duas) maiores pontuações, observado o disposto no subitem 9.4.

9.10 Poderá ser desclassificada a Proposta que não atender às demais exigências do presente Edital e de seus Anexos, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 16.1.3 deste Edital.

9.11 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 9.2.1, 9.2.2, 9.2.3 e 9.2.4.

9.12 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 16.3 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

## 10. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços constante do Anexo III e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.2 A execução dos serviços será remunerada originalmente na forma a seguir, levando-se em consideração os eventuais descontos e repasses concedidos pelas Licitantes, na forma apresentada na Proposta de Preço:

10.2.1 Pelo “desconto de agência” de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente, e que nos termos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, é pago à(s) Agência(s) a ser(em) CONTRATADA(s), pelos veículos de comunicação. Excetuam-se deste capítulo qualquer publicação obrigatória na Imprensa Oficial.

10.2.2. Pela taxa de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção/suprimentos/serviços realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual das Agências CONTRATADA, e sob sua supervisão técnica.

10.2.3 Pela taxa de 15% (quinze por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

10.2.4 Pelos descontos nos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná.

10.3 A política de negociação:

10.3.1 O critério de concessão de desconto sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade, conforme item 10.2.2, variando entre o percentual de 10% (dez por cento) a 8% (oito por cento) sobre o valor do custo de produção, suprimentos e serviços externos.

10.3.2 O critério de concessão de desconto sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços externos, nos casos em que a responsabilidade das Agências limitarem-se à contratação dos serviços ou suprimentos, conforme item 10.2.3, variando entre o percentual de 5% (cinco por cento) a 4% (quatro por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimentos externos.

10.3.3 O desconto e repasse de custos internos da CONTRATADA para o Município de Curitiba em percentual não superior a 50% (cinquenta por cento) e não inferior a 40% (quarenta por cento) dos preços constantes da Tabela de Custos Internos, conforme item 10.2.4, emitida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná.

10.3.4 As Agências vencedoras do certame deverão anexar declaração de que não será repassado ao Município, Administração Direta e Indireta o pagamento de tributos e outros encargos, referente ao serviço prestado por esse fornecedor.

10.3.5 As Agências vencedoras do certame deverão fornecer ao Município de Curitiba relatório mensal comprovando o pagamento aos fornecedores, em um prazo máximo de três dias após a efetivação do pagamento pelo Município de Curitiba.

10.3.6 As Agências vencedoras do certame deverão anexar declaração de que a mesma se compromete a reverter ao CONTRATANTE à parcela do “Desconto de Agência” a que faz jus, observados os parâmetros contidos no Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item 4.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária, editado pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

10.3.7 A Agência vencedora do certame deverá anexar declaração de que haverá repasse para o Município de Curitiba sobre o “desconto de agência” pago pelos Veículos de Comunicação às Agências. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, conforme tabela abaixo. Ou seja, 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. Dos 20% (vinte por cento) de desconto de agência a que faz jus, a agência repassará ao Município sob a forma de desconto, o equivalente a 3% (três por cento) e permanecerá com 17% (dezessete por cento) no ato de pagamento de cada uma das faturas.

| INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA | PARCELA DO INVESTIMENTO BRUTO “DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA” A REVERTER AO ANUNCIANTE |
|---|---|
| Até R$ 2.500.000,00 | Nihil |
| De R$ 2.500.000,01 a R$ 7.500.000,00 | Até 2% (dois por cento) do investimento bruto |
| De R$ 7.500.000,01 a R$ 25.000.000,00 | Até 3% (três por cento) do investimento bruto |
| De R$ 25.000.000,01 em diante | Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto |

10.3.8 De acordo com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que regula o relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

## 11. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

11.1 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.

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

11.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes do item 10 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

a) percentual de honorários superior a **5% (cinco por cento),** incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes:

a.1) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material **não** proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

a.2) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;

a.3) à reimpressão de peças publicitárias.

a.4) quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos.

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

c) percentual de honorários superior a **10% (dez por cento),** incidentes sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes à adoção ou implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, cuja utilização **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) percentual de desconto superior a **50% (cinquenta por cento),** incidentes sobre os valores da Tabela do SINAPRO PR, cuja utilização **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

11.3.1 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.

11.4 Será considerada como a proposta de menor preço aquela que apresentar, cumulativamente, os menores percentuais de honorários, a que se referem as alíneas 'a', 'b', 'c' e 'd' do subitem 11.3.

11.4.1 No caso de não constarem os menores percentuais de honorários em uma mesma Proposta de Preços, será considerada como a proposta de menor preço a seleção e combinação dos menores percentuais identificados entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas tecnicamente na forma do item 9.9

## 12. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

12.1 O julgamento final desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo **melhor técnica**.

12.2 Serão vencedoras do julgamento final das Propostas, até 02 (duas) licitantes que tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica em conformidade ao exigido neste Edital.

12.3 Se alguma das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas não tiver apresentado a proposta de menor preço e não concordar em praticar os menores percentuais de honorários identificados, nos moldes dos subitens 11.4 e 11.4.1, a Comissão Especial de Licitação efetuará com as demais licitantes a negociação prevista no art. 46, § 1º, II, da Lei nº 8.666/1993, nos mesmos termos apresentados à declinante, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a obtenção do número de agências estipulado para a concorrência.

12.3.1 A licitante que não concordar em praticar os percentuais identificados como a menor proposta de preços perderá o direito de contratar os serviços com o Município de Curitiba, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

## 13 ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final desta concorrência, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

13.1.1 A licitante classificada no julgamento final desta concorrência que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 14.1.1.

13.1.2 Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5
Município de Curitiba
Secretaria Municipal da Comunicação Social
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

13.1.4 Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:
a) em original; ou
b) sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
c) em cópia autenticada por cartório competente; ou
d) em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

13.1.4.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

13.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 13.2.1 a 13.4.

13.2.1 Habilitação Jurídica
a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, que deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;
b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
c) ato de autorização, quando se tratar 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;
d) registro comercial, em caso de empresa individual.

13.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista
a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
d) certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em quer estiver localizada a sede da licitante, bem como, do Município de Curitiba, quando for a sede da licitante em cidade diversa;

e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

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

13.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

13.2.3 Qualificação Técnica:
a) no mínimo 03 (três) declarações, expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1, para certificação da qualidade técnica desempenhada pela licitante;
b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no art. 4º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010.

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial, devendo ser comprovado no Invólucro nº 5.

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

13.2.4 Qualificação Econômico-financeira:
a) certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade;

a.1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação e das Propostas;

a.2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b.1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da empresa e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, registrado no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente;

b.2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da empresa e pelo responsável por sua elaboração,

Contador ou outro profissional equivalente, registrado no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente;
b.3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa licitante e apresentado de acordo com os incisos I a III abaixo, ou no Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:
I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969);
II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação ou fotocópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;
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 no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;
IV - para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:
a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;
b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
c) termo de abertura e encerramento;
d) requerimento de autenticação de Livro Digital;
e) recibo de entrega de Livro Digital.

13.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, registrado no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente, registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:
a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

a) do balanço referido na alínea ‘b’ do subitem 13.2.4, 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 maiores que um (>1):

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

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

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

b) do balanço referido no subitem 13.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

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

13.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 13.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente.

13.2.4.4 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do subitem 13.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir no Invólucro nº 5 comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais).

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

13.4 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, para este certame, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

## 13.5. CONDIÇÕES PARA APRESENTAÇÃO DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.5.1 Os documentos poderão ser apresentados em original, ou por qualquer processo de cópia autenticada, ou cópia simples acompanhada dos originais (art. 32 da Lei nº 8.666/1993) e, preferencialmente, rubricados.

13.5.1.1 Para fins da apresentação da documentação de maneira organizada, ficará a critério da licitante, apresentar índice dos documentos, conforme disposição descrita no Edital, indicando a página onde estão localizados os referidos documentos.

13.5.2 As empresas **CADASTRADAS** na Secretaria Municipal de Planejamento e Administração, caso disponham do Certificado de Registro de Habilitação emitido por esta Secretaria, de conformidade com a Lei nº 8666/1993, como pela Lei Complementar Municipal nº 089/14 alterada pela Lei Complementar nº 98/16, e Decreto Municipal nº 415/2015, cujo Certificado de Registro Cadastral encontre-se dentro do prazo de validade e com as certidões atualizadas, **deverão anexar:**

- Qualificação técnica - Item 13.2.3 - alíneas “a” e “b” (b1 e b2).

- Qualificação Econômico-financeira – Item 13.2.3 – alíneas “a”e “b” (e seus subitens), 13.2.4.1 (quando for o caso); 13.2.4.2 alíneas “a” e “b”

13.5.2.1 Caso a licitante opte em apresentar o Certificado de Registro “Cadastral”, a verificação do patrimônio líquido será feita por meio das informações contidas no cadastro da empresa na Secretaria Municipal de Planejamento e Administração.

13.5.3. As empresas **NÃO CADASTRADAS** na Secretaria Municipal de Administração poderão apresentar Certificado de Registro de Habilitação dentro de seu prazo de validade, expedido por qualquer Órgão Público, Municipal, Estadual ou Federal, emitidas de conformidade com a Lei nº 8.666/1993 e apresentar toda a documentação exigida, ou seja:

- Habilitação **jurídica** – Item 13.2.1 - alíneas “a” a “d”
- Regularidade **Fiscal e Trabalhista** – Item 13.2.2 - alíneas “a” a “f”
- Qualificação **técnica** - Item 13.2.3 - alíneas “a” e “b” (b1 e b2).
- Qualificação **econômico-financeira** – Item 13.2.4 – alíneas “a”e “b” (e seus subitens), 13.2.4.1 (quando for o caso); 13.2.4.2 alíneas “a” e “b”

13.5.4. Para as empresas cadastradas, será emitida após a abertura a Relação do Fornecedor, em que constam as datas de validade dos documentos.

13.5.5 Os documentos exigidos para habilitação deverão estar dentro de seus prazos de validade. Os documentos que não apontarem em seu texto o prazo de validade deverão ser apresentados com expedição máxima de 3 (três) meses contados da data de sua emissão, à exceção dos documentos referentes à comprovação de regularidade jurídica e alíneas, regularidade fiscal – alínea “a” e qualificação técnica – alínea “a”

13.5.6 Nos termos do Decreto nº 2038/2017, será inabilitada a empresa que tiver sido declarada inidônea ou impedida de licitar ou CONTRATADA com a Administração Pública por qualquer esfera federativa, enquanto durarem os efeitos da sanção.

13.5.7 Os envelopes de habilitação deverão ser entregues em sessão pública, devidamente lacrados e inviolados, no prazo definido pela comissão especial de licitação, conforme estabelecido em ata.

13.5.8 Se os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas do primeiro até o quarto lugar no julgamento final, atenderem ao que forem exigidas elas serão declaradas habilitadas e, em decorrência, vencedoras da licitação.

13.5.9 Caso alguma(s) das quatro primeiras classificadas no julgamento final seja(m) inabilitada(s), serão abertos sucessivamente, os envelopes 5 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquela(s) que tenha(m) os Documentos de Habilitação satisfatórios.

## 13.6. CONDIÇÕES EXCLUSIVAS PARA A HABILITAÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE:

13.6.1 Para ter direito aos benefícios previstos na Lei Complementar Municipal nº 089/14 alterada pela Lei Complementar nº 98/16, as empresas que exerçam atividade comercial, deverão apresentar, quando solicitado pela comissão, Certidão expedida pela Junta Comercial. No caso de empresas que atuem em outra área que não a comercial, deverá ser apresentado,

quando solicitado pela comissão, documento expedido pelo Registro Civil das Pessoas Jurídicas.

13.6.2 As empresas que se enquadrarem nas hipóteses previstas na Lei Complementar Municipal nº 089/14 alterada pela Lei Complementar nº 98/16 deverão apresentar toda a documentação de habilitação, mesmo que os documentos de regularidade fiscal apresentem alguma restrição, e serão habilitadas, sob condição resolutiva.

13.6.3 Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 2 (dois) dias úteis para regularização da documentação, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o licitante for declarado vencedor do certame, ficando facultado à comissão a prorrogação do prazo por igual período.

13.6.4 A não regularização da documentação no prazo previsto implicará a decadência do direito à CONTRATAÇÃO, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei nº 8.666/1993, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes na ordem de classificação para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação da Lei Complementar Municipal nº 089/14 alterada pela Lei Complementar nº 98/16

13.6.5 O não atendimento ao solicitado acarretará na inabilitação da empresa participante.

13.7 - Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:

a) em nome da licitante e com o n.º do CNPJ e endereço respectivo;
b) todos em nome da matriz ou todos em nome da filial, exceto aqueles que só possam ser fornecidos pela matriz;
c) não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

13.8 - A não apresentação de qualquer um dos documentos exigidos implicará na imediata inabilitação da empresa e consequente desclassificação do pleito.

## 14 – ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 13 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus Anexos.

14.1.1 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.

14.2 Para a análise da habilitação das licitantes, também serão realizadas consultas ao 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.

## 15 – COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

15.1 Em consonância o que dispõe o § 1º do artigo 10 da Lei 12.232/2010, as propostas técnicas apresentadas para esta licitação devem ser avaliadas e julgadas por Subcomissão Técnica.

15.2 A Subcomissão Técnica será constituída por 06 (seis) membros formados em Comunicação Social, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o Município de Curitiba.

15.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, realizado em sessão pública, antes da data, local e hora em que a Comissão Especial de Licitação determinar para o recebimento dos envelopes, conforme segue, dando início ao processo licitatório:

a) O sorteio será realizado entre os nomes de 18 (dezoito) profissionais previamente cadastrados e publicados na imprensa oficial, bem como ficará disponível no endereço eletrônico www.curitiba.pr.gov.br, com prazo mínimo de 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio, e será composta por pelo menos 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o Município de Curitiba;

b) Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinado ao sorteio, bem como antes do recebimento e abertura dos envelopes, qualquer interessado poderá impugnar alguma pessoa constante da relação publicada. A impugnação deverá ter fundamentação jurídica, vir por escrito, dirigida à Comissão Especial de Licitação e protocolada na Secretaria Municipal de Planejamento e Administração. Não poderá ser por email, fax ou qualquer outro meio eletrônico;

c) O sorteio dos profissionais cadastrados será processado 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 funcional com o Município Curitiba;

d) Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de aturar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente;

e) 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 no artigo 10 da Lei 12.232/2010;

f) A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º do artigo 10 da Lei 12232/2010 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado;

g) O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo como órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º do artigo 10 da Lei 12232/2010

15.4 Cada membro candidato para a Subcomissão Técnica apresentará para seu cadastramento:

a) uma cópia do documento que comprove sua formação acadêmica (diploma devidamente registrado de conclusão de nível superior na área de comunicação, publicidade ou marketing, fornecido por instituição de ensino reconhecida pelo Ministério da Educação ou da carteira de identidade de classe) ou cópia da carteira de trabalho que ateste que atua na área determinada por lei;
b) ficha de inscrição devidamente preenchida, contendo declaração de que mantém ou não mantém vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o Município de Curitiba;
c) cédula de Identidade ou documento equivalente com foto;
d) comprovante de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF.

15.5 Não será permitida mais de uma inscrição.

15.6 Os membros da subcomissão técnica não serão remunerados.

15.7 À exceção do julgamento das Propostas Técnicas, que será realizado pela Subcomissão Técnica, devidamente constituída, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da Comissão Especial de Licitação.

15.8 Serão realizadas tantas reuniões públicas quanto necessárias, desde que observados os procedimentos previstos no Edital e na legislação em vigor.

15.9 Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da comissão especial de licitação ou da Subcomissão Técnica, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes que assim o desejarem.

15.10 As licitantes presentes poderão indicar representantes entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

15.11 A Subcomissão Técnica poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização na contratação.

15.12 Todas as avaliações e julgamentos realizados pela Subcomissão Técnica deverão ser acompanhados de motivação expressa.

## 16 – PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

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

16.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.1.

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

16.1.3 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse do Município de Curitiba, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

16.1.3.1 A Comissão de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados, nos termos do art. 3º, caput, da Lei nº 8.666/1993.

16.1.3.2 Nesse sentido, poderão, no interesse do Município de Curitiba, relevar aspectos puramente formais nas Propostas Técnicas e de Preços e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

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

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

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

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

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

16.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 1.1 e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 5.1;
b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital, especialmente as expressas nos subitens 6.1.1.3, 6.1.2.2, 6.1.3.2 e 7.1.2;

16.2.1 O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se:

a) não estiver identificado;
b) não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

16.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 16.2.1, a Comissão Especial de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

16.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:
a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 18

16.2.2.1 A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 16.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

16.2.2.2 Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Licitação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão Especial de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

16.2.3 A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 16.2.2 acima.

16.2.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Licitação.

16.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 16.2.6 e seguintes. Caso contrário a Comissão divulgará o resultado da decisão na forma do item 18, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

16.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Licitação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado da decisão na forma do item 18, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 19.

16.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento das Propostas referentes aos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

d) somente após a finalização dos procedimentos estabelecidos na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, juntamente com os cadernos de propostas referentes aos três quesitos.

16.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base no subitem 9.4, ou pelo descumprimento de regras que resulte na identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada ou que viole algumas regras apresentadas no edital, durante a fase de análise e julgamento das propostas técnicas, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da proposta, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

16.2.7 As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 16.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

16.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 18, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
f) executar o sorteio previsto no subitem 9.12, se for o caso;
g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 18, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 19

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

16.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 18, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:
a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços das licitantes classificadas, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
e) identificar a proposta de menor preço, nos termos dos subitens 11.4 e 11.4.1 deste Edital, e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
f) efetuar com as 2 (duas) licitantes mais bem classificadas na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, nos termos da combinação dos menores percentuais de honorários identificados nas propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação de 2 (duas) agências;
h) declarar vencedoras do julgamento final da concorrência – observado o disposto nos subitens 9.5 e 9.6 deste Edital – até 02 (duas) licitantes que tenham sido mais bem classificadas na Proposta Técnica, nos termos do disposto nos subitens 11.4 e 11.4.1 deste Edital;
i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final da concorrência será publicado na forma do item 18, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 19.

16.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as

licitantes, na forma do item 18, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:
a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
e) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 18 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;
f) informar que será publicado na forma do item 18 o nome de até 2 (duas) licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

## 17 – HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

17.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 25.10.

17.2 Imediatamente após a homologação do resultado desta concorrência, o presidente da Comissão Especial de Licitação elaborará e encaminhará à Secretaria Municipal da Comunicação Social o relatório contendo a exposição dos principais atos e fatos pertinentes ao processamento da licitação.

## 18 – DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

18.1 A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial é obrigatória:
a) nas sessões de abertura de invólucros;
b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## 19 – RECURSOS ADMINISTRATIVOS E DOS PRAZOS

19.1 Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato, em requerimento escrito dirigido ao Titular do órgão, por intermédio da comissão especial de licitação, devendo estar assinado por quem de direito.

19.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

19.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões) ou recurso(s), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) e/ou recurso(s) ao Secretário Municipal da Comunicação Social, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

19.4 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

19.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Especial de Licitação.

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

## 20 - CONDIÇÕES CONTRATUAIS

20.1 As licitantes vencedoras terão o prazo de 10 (dez) dias corridos, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV, e o prazo de 20 (vinte) dias úteis, contados a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista da referida minuta.

20.1.1 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do Município de Curitiba, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pelas respectivas vencedoras.

20.1.1.1 Se as licitantes vencedoras não comparecerem, nos prazos estipulados, para assinar os respectivos contratos, o Município de Curitiba poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar os contratos em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar os contratos, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

20.2 O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, sendo que o início da execução dar-se-á dentro do prazo de até 05 (cinco) dias a partir da emissão da ordem de serviço.

20.2.1 Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo do Município de Curitiba, mediante acordo entre as partes, por períodos iguais e sucessivos, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

20.3 O Município de Curitiba poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à CONTRATADA qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/93 e no

contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

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

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

20.5 A CONTRATADA deverá prestar esclarecimentos ao Município de Curitiba, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação.

20.6 É vedado à CONTRATADA caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira.

20.7 A CONTRATADA se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta concorrência.

20.8 A CONTRATADA atuará mediante convocação do Município de Curitiba, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas no item 2 do edital, devendo os serviços de publicidade ser executados indistintamente e independentemente da classificação.

## 21 - GARANTIA

21.1 Cada uma das licitantes vencedoras deverá apresentar garantia correspondente a 1,25% (um vírgula vinte e cinco por cento) do valor global do valor estimado da contratação, de que trata o subitem 1.2.1, a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/93, à escolha das licitantes vencedoras:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
b) seguro-garantia;
c) fiança bancária.

21.2 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito pertinente no Banco indicado pelo Município, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/93.

21.2.1Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
b) a apólice deverá indicar o Município de Curitiba como beneficiária;
c) não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses do Município de Curitiba.

21.2.2 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;

b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao Município de Curitiba, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.

21.2.3 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:
a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo o Município de Curitiba recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos.

21.3 As garantias prestadas pelas CONTRATADAS serão liberadas ou restituídas após o término da vigência dos respectivos contratos, no prazo de dez dias úteis, contados da respectiva solicitação, mediante a certificação pelo Gestor do contrato de que os serviços foram realizados a contento.

21.4 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 8.666/93 e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada a assinar o contrato.

21.5 Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização a terceiros, as CONTRATADAS se obrigam a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo e improrrogável de 10 (dez) dias úteis, a contar da data em que forem notificadas pelo Município de Curitiba.

21.6 Se houver acréscimo ao valor do contrato, as CONTRATADAS se obrigam a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, a contar da data que for notificada pelo Município de Curitiba.

## 22- REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

22.1 A remuneração à CONTRATADA, pelos serviços prestados, será feita nos termos das cláusulas da minuta do contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.

22.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

22.3 O pagamento será efetuado mediante depósito em conta corrente no Banco a ser indicado pelas licitantes vencedoras.

22.4 Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao Município de Curitiba para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido aos Veículos, de sua tabela de preços, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem.

22.5 As Notas Fiscais/Faturas devem ser emitidas pelos Veículos e Fornecedores contra a o Município de Curitiba, e a licitante por sua vez emitirá Nota Fiscal contra o Município de Curitiba, contendo histórico e descrição completa dos serviços prestados.

## 23 - DAS PENALIDADES

23.1. O descumprimento de qualquer condição estabelecida neste EDITAL, no contrato ou instrumento equivalente possibilitará ao Município, garantido o contraditório e a ampla defesa, aplicar aos licitantes e à adjudicatária, as seguintes penalidades:

a) Advertência;
b) Multa;
c) Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o Município de Curitiba
d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

23.2. Considera-se inadimplemento, a não entrega ou entrega em atraso do objeto contratado ou, ainda, a inexecução, total ou parcial, do serviço contratado, entendendo-se como tais as entregas de produtos ou prestação de serviços que se derem parcialmente em relação à quantidade ou em relação às especificações e condições pré-determinadas.

23.3. A aplicação de penalidade não prejudica o direito do Município de recorrer às garantias contratuais para se ressarcir pelos danos causados, podendo, ainda, reter créditos decorrentes do contrato ou promover a cobrança judicial ou extrajudicial de eventuais perdas e danos.

23.4. A advertência poderá ser aplicada para situações de inadimplemento do contrato sem prejuízos à Administração

23.5. No caso de atraso injustificado na entrega do objeto ou prestação de serviços, ou ainda na execução do contrato, a multa de mora será de 1% (um por cento) ao dia sobre o valor da parcela ou etapa inadimplida, até o prazo máximo de 10 (dez) dias. Vencido o prazo, o empenho poderá ser cancelado ou o contrato rescindido, sem prejuízo das demais sanções previstas.

23.6. No caso de inadimplemento do contrato, será aplicada multa punitiva de 10% (dez por cento) sobre o valor remanescente da contratação.

23.7. As multas de mora e punitiva poderão ser cumuladas.

23.8. A suspensão temporária de participação em licitação e o impedimento de contratar com o Município de Curitiba serão aplicadas por prazo não superior a 5 (cinco) anos.

I. para situações de inadimplemento com prejuízos graves, potenciais ou efetivos, à Administração;
II. quando for constatada a reincidência;
III. quando a empresa já tiver sido penalizada, ao menos, três vezes nos últimos cinco anos.

23.9. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada em casos de gravíssima irregularidade ou prática de condutas ilícitas, enquanto

perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade competente que aplicou a penalidade.

23.9.1. A reabilitação será concedida sempre que a contratada ressarcir a Administração Pública, pelos prejuízos resultantes de sua conduta e após decorrido o prazo da suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a Administração.

23.10. A declaração de inidoneidade aplicada pela Administração Pública de qualquer esfera federativa e a suspensão do direito de licitar ou contratar aplicada pelo Município não têm efeito retroativo e não acarretará a rescisão dos outros contratos vigentes.

23.10.1 A rescisão ocorrerá apenas a partir da data da decisão irrecorível que aplica a sanção à contratada, sendo devido o pagamento apenas pelos serviços prestados ou bens fornecidos até então, relacionados ao objeto do contrato.

23.10.2. A aplicação das penalidades previstas no caput deste item impede a nova contratação do sancionado, enquanto durarem os efeitos da sanção, bem como a prorrogação do prazo de vigência de eventuais outros contratos vigentes firmados pelo sancionado.

23.11. Os procedimentos referentes à aplicação de penalidades estão previstos no Decreto Municipal nº 2038/17, do qual os interessados declaram, ao dar o aceite no sistema, pleno conhecimento.

23.12. Ficam os interessados cientes de que, na hipótese de constatação de formação de conluio ou diante do indício de qualquer crime previsto na Lei de Licitações, o caso será comunicado às autoridades competentes, sem prejuízo das medidas Administrativas cabíveis.

## 24 - FISCALIZAÇÃO

24.1 O Município de Curitiba nomeará Gestores para executar a fiscalização dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços, que terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos do Contrato.

## 25 - DISPOSIÇÕES GERAIS

25.1 Após o término do processo e eventuais julgamentos de demandas judiciais, o(s) envelope(s) da(s) proponente(s) desclassificadas e ou inabilitadas serão devolvidos inviolados à licitante.

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

25.3 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/93.

25.4 Correrão por conta do Município de Curitiba, as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Município na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

25.5- Ficam designados os servidores abaixo para atuar como gestores e suplentes do contrato, nos termos do Decreto Municipal nº2038/2017 de 16/11/2017:

| | |
|---|---|
| Heitor Manfrinato | Juliana Midori de Carvalho Komiyama Catarino |
| Matrícula 82898 | Matrícula 155398 |
| Gestor Geral | Suplente Geral |

25.6 Independentemente de declaração expressa, a apresentação da proposta implica na aceitação plena e total das condições e exigências deste edital, na veracidade e autenticidade das informações constantes nos documentos apresentados e, ainda, na inexistência de fato impeditivo à participação da pessoa bem como de que deverá declará-los quando ocorridos durante o certame.

25.7 Na contagem dos prazos deste edital excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á do vencimento e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário. Só se iniciam e vencem os prazos referidos em dia de expediente na comissão especial de licitação.

25.8 A sessão de recebimento e abertura do(s) envelope(s) poderá ser filmada e fotografada pela comissão especial de licitação. É proibida a fotografia e filmagem da sessão pelos licitantes, assim como terceiros não autorizados pela Comissão Especial de Licitação.

25.9 A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade da proposta apresentada.

25.10 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto licitado às licitantes vencedoras, conforme estabelecido no art. 11, inc. XIV da Lei 12.232/10.

25.11 Todas as condições deste edital serão processadas em conformidade com a Lei nº. 12.232/2010, aplicando-se de forma complementar, as Leis Federais nºs. 4.680/1965 e 8.666/1993.

25.12. As obrigações da CONTRATADA serão aquelas definidas no Termo de Referência e Minuta do Contrato, partes integrantes deste edital.

25z.13 Os casos omissos neste Edital serão resolvidos pela comissão especial de licitação, encarregada do recebimento, análise e julgamento das propostas.

Curitiba, 06 de março de 2018.

HEITOR MANFRINATO
PRESIDENTE

## ANEXOS

Compõem o conjunto de anexos deste Edital:

**ANEXO I TERMO DE REFERÊNCIA.**

**ANEXO II BRIEFING**

**ANEXO III MODELOS DE DECLARAÇÕES**

**ANEXO IV MODELO DE MINUTA DE CONTRATO**

**ANEXO I**
**TERMO DE REFERÊNCIA.**

## 1 . OBJETIVO

**1.1** A presente concorrência destina-se à contratação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

**1.1.1** Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
**a)** ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;
**b)** à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
**c)** à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
**d)** criação de peças de comunicação publicitária no ambiente digital.

**1.1.1.1** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:
**a)** gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Município de Curitiba, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
**b)** aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
**c)** possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

**1.1.2** 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.

**1.1.2.1** 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.

**1.2** Para a prestação dos serviços serão contratadas 2 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes, proponentes ou contratadas.

**1.2.1** Se, em decorrência das regras deste Edital e da legislação aplicável, não restar possível a contratação de 2 (duas) agências, o Município de Curitiba contratará as agências vencedoras e, a seu exclusivo juízo, decidirá sobre a conveniência e oportunidade de realizar novo certame para a contratação de novas agências.

**1.2.2** 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.

**1.2.3** As agências atuarão por ordem e conta do Município de Curitiba, 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 subitem 1.1.1, de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

**1.2.4** As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.

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

**1.2.6** Para a execução dos serviços, o Município de Curitiba observará o procedimento de seleção interna entre as agências, conforme manual a ser publicado antes do início da execução do contrato.

**1.2.7** 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 Poder Executivo Municipal, incluídas as empresas públicas, autarquias, sociedades de economia mista e serviços sociais autônomos vinculados ao Município de Curitiba, sob a coordenação da Secretaria Municipal da Comunicação Social.

**1.3 -** A CONTRATADA atuará mediante convocação do Município de Curitiba, procedendo-se o estabelecido no art. 1º § 4º da Lei 12.232/10, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas no item 1.1, devendo os serviços de publicidade ser demandados e executados indistintamente e independentemente da classificação.

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

**1.5 -** A Secretaria Municipal da Comunicação Social poderá solicitar materiais e serviços em regime de urgência, os quais deverão ser executados no prazo acordado previamente entre as partes;

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

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

**1.8** -As Agências deverão fornecer à Secretaria Municipal da Comunicação Social relatório mensal comprovando o pagamento aos fornecedores, em um prazo máximo de três dias após a efetivação do pagamento pelo Município de Curitiba para a Agência.

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

**1.10** -Haverá repasse de até 3%, para o Município de Curitiba sobre o "desconto de agência" pago pelos Veículos de Comunicação às Agências. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, conforme tabela abaixo:

| INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA | PARCELA DO INVESTIMENTO BRUTO "DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA" A REVERTER AO ANUNCIANTE |
|---|---|
| Até R$ 2.500.000,00 | Nihil |
| De R$ 2.500.000,01 a R$ 7.500.000,00 | Até 2% (dois por cento) do investimento bruto |
| **De R$ 7.500.000,01 a R$ 25.000.000,00** | **Até 3% (três por cento) do investimento bruto** |
| De R$ 25.000.000,01 em diante | Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto |

**1.12** - De acordo com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que regula o relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

**2. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**2.1** Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais que consta no edital:

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

**2.1.2** Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em Curitiba, para esse fim, manterá sede, escritório ou sucursal. 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.

**2.1.2.1** A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, em Curitiba, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, representa pelos seguintes profissionais:
a) um profissional na área de atendimento;
b) um profissional na área de planejamento;
c) uma dupla de profissionais na área de criação;
d) um profissional nas áreas de produção impressa;
e) um profissional nas áreas de produção eletrônica;
f) um profissional na área de mídia;
g) um profissional na área de mídia sociais e gestão de projetos de Internet.

**2.1.3** 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.

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

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

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

**2.1.5.1.1** O disposto no subitem 2.1.5.1 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.

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

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

**2.1.5.3.1** O desrespeito ao disposto no subitem 2.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato, no art. 87 da Lei Federal nº 8.666/1993.

**2.1.5.3.2** A CONTRATANTE reserva-se ao direito de solicitar informações à CONTRATADA sobre todos os planos de incentivo que lhes forem concedidos em decorrência deste contrato, bem como a demonstração de que o incentivo recebido não produziu ou estimulou veiculações contrárias ao interesse do Município de Curitiba, para fins de conferir efetividade à norma contida no item 2.1.5.3 deste Edital.

**2.1.6** 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.

**2.1.7** 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 coletadas entre integrantes do cadastro que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
**IV** - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
**V** - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação 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);

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

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

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

**2.1.7.4** Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:
**a)** supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco centésimo por cento) do valor deste contrato;
**b)** realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços independentemente de valor.

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

**2.1.7.6** As disposições do subitem 2.1.7 a 2.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

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

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

**I** - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
**II** - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

**2.1.9** 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.

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

**2.1.10** 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.

**2.1.11** Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 2.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

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

**2.1.12** Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE, durante a vigência deste contrato, sem ônus para esta, cópias das peças produzidas, nos seguintes formatos:
**a)** TV e Cinema: uma cópia em 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.

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

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

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

**2.1.14**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.

**2.1.15** 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.

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

**2.1.15.2** 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.

**2.1.16** 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.

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

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

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

**2.1.18.2** Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

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

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

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

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

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

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

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

**2.1.19** 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.

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

**2.1.19.2** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados,

bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

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

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

**3. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

**3.1** Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:
**a)** cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
**b)** comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;
**c)** fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
**d)** proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
**e)** notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
**f)** notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

**4. FISCALIZAÇÃO**

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

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

**4.1.1.1** Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Gestor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**4.11** O CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

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

# CONCORRÊNCIA Nº 004/2018

## ANEXO II BRIEFING

### 1. SITUAÇÃO GERAL

A Prefeitura começou 2017 com uma dívida de 2,1 bilhões, um dos cenários financeiros mais críticos da história de Curitiba. O orçamento disponível não era suficiente para pagar as dívidas, salários dos servidores e manter alguns serviços imprescindíveis para a cidade, como a coleta de lixo, remédios entre outros.

Diante desse cenário, a Prefeitura teve coragem de enfrentar a realidade e criou um plano para que a cidade não parasse e voltasse a funcionar: o Plano de Recuperação de Curitiba, com uma série de medidas para reequilibrar as contas da cidade. Inovou e criou maneiras inteligentes para conseguir pagar as dívidas e ainda trazer economia para cidade. A Prefeitura fecha o ano com as contas em dia, serviços voltando à normalidade, salários sem atraso e ainda o adiantamento do 13º dos servidores. Muito diferente da realidade de outras cidades do Brasil.

Sai do pior indicador de liquidez do Tesouro Nacional de todas as capitais, nota C, para o 4º lugar e obtém a nota A. Isso significa que Curitiba pode voltar a ter garantias para buscar financiamento para os investimentos necessários. Também recebeu a Certidão Liberatória do Tribunal de Contas do Estado que permite que a Prefeitura firme convênios para a realização de obras e melhorias na cidade.

Contas em dia, remédios nas prateleiras, convênios firmados, financiamentos resgatados, a Prefeitura volta a investir no que a cidade e a população mais precisam. Mais asfalto novo, trincheiras, viadutos, obras paradas são retomadas, abrigos para moradores em situação de rua, finalização de grandes obras como a Linha Verde, contratação de professores e abertura de equipamentos da educação e saúde, ruas e calçadas limpas, novos ônibus ,entre várias outras ações. Curitiba começa 2018, com um cenário de liquidez das contas e investimentos por toda a cidade.

Mais informações estão disponíveis no site: curitiba.pr.gov.br

### 2.DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Diante desse cenário o desafio da comunicação é como posicionar a Prefeitura e comunicar a população sobre todas essas mudanças que foram necessárias em 2017 para que em 2018 a Prefeitura voltasse a investir.

A população precisa compreender que investimento menor em 2017 foi necessário para que em 2018 a cidade pudesse retomar os investimentos. Muitas medidas foram necessárias, como o fim da isenção da taxa lixo, a não abertura de vários equipamentos públicos, e até o adiamento do plano de carreiras dos funcionários. Tudo para que os serviços continuassem.

Como explicar que foi necessária coragem para enfrentar os problemas, resolvê-los e mostrar o que será feito.

Como comunicar regionalmente todas as ações e obras a Prefeitura está realizando na cidade.

### 3.OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO – GERAL E ESPECÍFICOS

**Objetivo geral:**
Posicionar a Prefeitura diante do cenário apresentado, criando um conceito que comunique facilmente com a toda a população.

**Objetivos específicos:**
- Comunicar a população sobre a recuperação das finanças da cidade.

- Informar sobre as obras que vão acontecer em toda a cidade.
- Regionalizar a comunicação, falando com o cidadão que será diretamente beneficiado com as ações da Prefeitura.
- Reforçar a imagem de que a Prefeitura trabalha para que todos tenham uma cidade melhor.
- Mostrar para a população as idéias e soluções inovadoras para a cidade.
- Valorizar o trabalho dos servidores do município que trabalham em prol de todos os curitibanos.

**4.PÚBLICOS-ALVO**
- **População de Curitiba**: esse é o público principal da campanha. Possui expectativas com relação as soluções que a Prefeitura dará para os seus problemas.
- Considerar como público, todos os moradores de Curitiba, de ambos os sexos, todas as classes sociais e acima de 18 anos.

- **Públicos internos:** são os servidores públicos das mais diversas áreas, sendo um total de 31.537 ativos, dentre eles 16.841 profissionais da educação, 6.811 profissionais da saúde, e 15.355 aposentados e pensionistas.

**5.PRAÇAS**
Curitiba.

**6.PERÍODO**
A agência deve indicar o período da campanha publicitária, de acordo com a estratégia que será apresentada.

**7.VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO**
No cálculo da alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha em questão, a licitante utilizará como referencial a verba de R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais).

**8.RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO**

- Mídia Plan – Vinhetas de 15” nas TVs dos ônibus
- Mobiliário Urbano – 712 faces
- Painéis Digitais do Outdoor Mídia:
Formato: 1280x576 px, nos seguintes endereços: Rua Mauá, Av. Vicente Machado, Av. Visconde de Guarapuava. Av. Sete de Setembro, Rua Carlos Pioli, BR 277, Rua Nicolau Maeder.
Formato: 1024 x 576 – Rua Izabel Redentora
512x 320 px – Av. Das Torres
512x 384 px – Rua Pe. Agostinho.
- Portal da Prefeitura e das autarquias
- Redes Sociais da Prefeitura de Curitiba
- Para os servidores:
http://www.pam.curitiba.pr.gov.br/
http://rh24h.curitiba.pr.gov.br/
Envio de email marketing

Além dos canais próprios, as proponentes poderão sugerir novas ações em novos meios.

**9. Mais informações:**

- Portal da Prefeitura: www.curitiba.pr.gov.br , onde constam as informações sobre as ações e obras da Prefeitura.

## ANEXO III
## MODELOS DE DECLARAÇÕES

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA
C.N.P.J.

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO
(modelo sugerido)

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) percentual de honorários de .....**% (..... por cento),** incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes:

a.1) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material **não** proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

a.2) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;

a.3) à reimpressão de peças publicitárias.

a.4) quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos.

b) percentual de honorários de .....**% (..... por cento)**, incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição/veiculação **não** proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) percentual de honorários de ..... **% (..... por cento),** incidentes sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes à adoção ou implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, cuja utilização **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) percentual de desconto de ..... **% (..... por cento),** incidentes sobre os valores da Tabela do SINAPRO PR, cuja utilização **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

e) repasse de 3%, para ao Município de Curitiba, por meio da Secretaria Municipal de Comunicação Social, sobre o "desconto de agência" pago pelos Veículos de Comunicação às Agências. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

..... -....., de.....de 20.....

(nome da licitante)

_____
Representante legal

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA
C.N.P.J.

DECLARAÇÃO DE QUALIDADE TÉCNICO-OPERACIONAL
(modelo sugerido)

(nome /razão – social) _____ inscrita no CNPJ nº_____,por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a)_____, portado(a) da Carteira de Identidade nº_____e CPF nº _____,

DECLARA, sob as sanções administrativas cabíveis e sob as penas da lei, que a Agência de Publicidade....., CNPJ....., CEP....., situado na rua..... na cidade de..... possui qualidade técnico-operacional dos serviços de publicidade e propaganda, a fim de garantir a participação da mesma em processo licitatório para o Município de Curitiba.

Atesta essa declaração anexando os contratos.

Curitiba, _____de _____de _____.

(nome da licitante)
_____
Representante legal

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA
C.N.P.J.

À

Comissão Especial de Licitação

....., inscrita no CNPJ sob o nº ....., por intermédio de seu representante legal ....., portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666/1993, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

(se for o caso acrescentar texto a seguir)

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

Local e data

_____

# CONCORRÊNCIA Nº 004/2018

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA
C.N.P.J.

À

Comissão Especial de Licitação

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído da (<Identificação completa da licitante>) doravante denominada licitante, para fins do disposto no item (completar) do Edital da Concorrência nº **004/2018**, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

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;

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;

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

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

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

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

Local e data

_____

(representante legal da licitante no âmbito da licitação, com identificação completa)

## ANEXO IV MINUTA DE CONTRATO

## MINUTA DE CONTRATO

**Contrato de prestação de serviços de publicidade.** que entre si fazem o MUNICÍPIO DE CURITIBA e a empresa ----------.

Aos _____ dias do mês de _____do ano de dois mil XX, nesta cidade de Curitiba, Capital do Estado do Paraná, no Palácio 29 de Março, presentes de um lado o MUNICÍPIO DE CURITIBA, doravante denominado CONTRATANTE, neste ato representado pelo Secretário Municipal da Comunicação Social, _____, CPF nº_____, na qualidade de Ordenador de Despesas, e de outro lado a empresa _____, CNPJ/MF n.º _____, doravante denominada **CONTRATADA** neste ato representado por _____, CPF/MF n.º _____, tendo em vista o contido no Processo Administrativo nº 01- 002295/2018 – Concorrência nº /2018, resolvem celebrar o presente Contrato de prestação de serviços de publicidade, firmado em xx/xx/xxxx o qual obedecerá as Cláusulas e condições seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA**

Tem o presente por objeto à contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, conforme condições estabelecidas em Edital, termo de referência e anexos, bem como da proposta da **CONTRATADA**, datada de....., documentos que passam a fazer parte integrante deste instrumento, independentemente de transcrição.

**Parágrafo Único:** Os serviços abrangerão:

I. como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;
b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados;

II. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem I do Parágrafo Único terão a finalidade de:
a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Município de Curitiba, o público-alvo e os meios 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.

III. 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.

IV. 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.

V. O estudo e o planejamento, previstos no item I do Parágrafo Único, tem por objetivo a proposição estratégica das campanhas publicitárias, para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, contemplando tanto os meios de comunicação e divulgação tradicionais (offline), bem como os meios digitais (online), prevendo sempre que possível os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

VI. A CONTRATADA atuará por ordem e conta do Município de Curitiba, em conformidade com as Leis Federais n.º 4.680/1965 e n.º 12.232/2010, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem I do Parágrafo Único I, de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias. Os fornecedores de bens e serviços especializados deverão apresentar as certidões negativas (Certidão negativa ou positiva com efeitos de negativa de débitos relativos aos tributos federais e a dívida ativa da união; Certidão negativa de débitos trabalhistas; Certidão de regularidade de FGTS; Certidão negativa de débitos tributários e de dívida ativa estadual; Certidão negativa de tributos e outros débitos municipais) e deverão estar previamente cadastradas no Município de Curitiba.

VII. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no OBJETO DA LICITAÇÃO.

VIII. 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 Poder Executivo Municipal, incluídas as empresas públicas, autarquias, sociedades de economia mista e serviços sociais autônomos vinculados ao Município de Curitiba, sob a coordenação da Secretaria Municipal da Comunicação Social.

IX. A CONTRATADA atuará mediante convocação da Secretaria Municipal da Comunicação Social de Curitiba, procedendo-se o estabelecido no art. 1° à 4° da Lei 12.232/10, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas na Cláusula Primeira, devendo os serviços de publicidade ser demandados e executados indistintamente e independentemente da classificação.

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

XI. O Município de Curitiba poderá solicitar materiais e serviços em regime de urgência, os quais deverão ser executados no prazo acordado previamente entre as partes.

XII. A CONTRATADA deverá fornecer ao Município de Curitiba relatório mensal comprovando o pagamento aos fornecedores, em um prazo máximo de três dias após a efetivação do pagamento pelo Município de Curitiba para a Agência.

**CLÁUSULA SEGUNDA**
O prazo de vigência do contrato será de 12 meses a partir da assinatura, podendo ser prorrogado se de acordo as partes e desde que obedecida à legislação vigente.

**Parágrafo Primeiro**
O início da execução dos serviços dar-se-á dentro do prazo de até 5 (cinco) úteis dias a partir da emissão da ordem de serviço.

**Parágrafo Segundo**
O CONTRATANTE demandará à CONTRATADA o desenvolvimento de campanhas e demais serviços previstos neste instrumento conforme seu planejamento estratégico de comunicação.

**CLÁUSULA TERCEIRA**
As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA, nos primeiros 12 (doze) meses, somarão o limite mínimo de 25 (vinte e cinco) por cento do montante efetivamente executado pela CONTRATADA, que está estimado para os primeiros 12 (doze) meses, em até R$ 24.043.000,00 (vinte e quatro milhões e quarenta e três mil Reais)

**Parágrafo Primeiro**
O CONTRATANTE descontará da fatura mensal da CONTRATADA valores decorrentes de indenização por rejeição de serviços, multas, e quaisquer prejuízos causados pela execução deste contrato.

**Parágrafo Segundo**
Nos preços referidos no caput desta cláusula estão inclusos todos os custos inerentes à prestação dos serviços contratados, sem exceção, inclusive salários, encargos sociais, previdenciários, trabalhistas e rescisórios dos empregados da CONTRATADA e, enfim, todos os custos diretos e indiretos, mais os impostos e taxas de qualquer natureza que incidam ou venham a incidir sobre o cumprimento deste contrato.

**Parágrafo Terceiro**
Caberá à CONTRATADA, proceder, sem ônus para o CONTRATANTE, eventuais adequações, de forma a propiciar a perfeita execução dos serviços contratados.

As despesas decorrentes deste contrato correrão pelas dotações orçamentárias de nº:

**SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL**
**04001.04131.0002.2067.339039.0.1.000**
**04001.04131.0007.2162.339039.0.1.000**

**SECRETARIA MUNICIPAL DA EDUCAÇÃO**
**09001.12361.0002.2028.339039.0.1.103**
**09001.12361.0002.2039.339039.0.1.103**
**09001.12365.0002.2034.339039.0.1.107**
**09001.12365.0002.2040.339039.0.1.103**

**SECRETARIA MUNICIPAL DE TRÂNSITO**
**19001.15131.0006.2156.339039.0.1.509**
**19001.15131.0006.2157.339039.0.1.509**

**INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA**
**25001.04122.0006.2147.339039.0.1.001**
**25001.04122.0006.2147.339039.0.1.080**

**INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO**
**27001.23131.0004.2113.339039.0.1.001**
**27001.23131.0004.2114.339039.0.1.001**

**FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA**
**28001.13131.0002.2052.339039.0.1.001**
**28001.13131.0002.2053.339039.0.1.001**

**FUNDAÇÃO DE AÇÃO SOCIAL**
**29001.08131.0002.2014.33909039.0.1.001**

**29001.08131.0002.2015.33909039.0.1.001**

**FUNDO DE URBANIZAÇÃO DE CURITIBA**
**30001.15131.0006.2143.339039.0.1.078**

**FUNDO MUNICIPAL DA SAÚDE**
**33001.10301.0003.2096.339039.0.1.303**
**33001.10301.0003.2096.339039.0.1.497**
**33001.10301.0003.2099.339039.0.1.303**
**33001.10301.0003.2099.339039.0.1.497**
**33001.10301.0003.2099.339039.0.1.499**
**33001.10301.0003.2100.339039.0.1.303**
**33001.10301.0003.2102.339039.0.1.303**

**FUNDO MUNICIPAL PARA CRIANÇAS E O ADOLESCENTE**
**35001.08243.0002.6010.33909039.0.1.001**
**35001.08243.0002.6010.33909039.5.1.880**

**FUNDO MUNICIPAL DE APOIO AO DEFICIENTE**
**37001.08131.0002.2085.33909039.0.1.001**

**FUNDO MUNICIPAL DOS DIREITOS DA PESSOA IDOSA**
**44001.08131.0002.2088.33909039.0.1.001**
**44001.08131.0002.2088.33909039.5.1.900**

**Parágrafo Único**
Para os exercícios seguintes, novas dotações deverão ser informadas tomando-se por base o PPA 2017/2020 e a LOA do ano correspondente.

**CLÁUSULA QUARTA**
A execução dos serviços será remunerada originalmente na forma descrita neste instrumento, levando-se em consideração os eventuais descontos e repasses concedidos pela CONTRATADA.

**Parágrafo Primeiro**
Pelo "desconto de agência" de **20% (vinte por cento)** sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente, e que nos termos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, é pago à CONTRATADA , pelos veículos de comunicação.
A CONTRATADA deverá anexar declaração de que haverá repasse para o Município de Curitiba sobre o "desconto de agência" pago pelos Veículos de Comunicação às Agências. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, conforme tabela abaixo. Ou seja, 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. Dos 20% (vinte por cento) de desconto de agência a que faz jus, a agência repassará ao Município sob a forma de desconto, o equivalente a 3% (três por cento) e permanecerá com 17% (dezessete por cento) no ato de pagamento de cada uma das faturas.

| INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA | PARCELA DO INVESTIMENTO BRUTO "DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA" A REVERTER AO ANUNCIANTE |
|---|---|
| Até R$ 2.500.000,00 | Nihil |

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

**Parágrafo Segundo**
Pela taxa de honorários de XX**% (XXXXX por cento)**, incidente sobre os preços de bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes:
- à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material **não** proporcione as licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº4.680/1965;
- ao planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;
- a reimpressão de peças publicitárias;
- quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos;

**Parágrafo Terceiro**
Pela taxa de percentual de honorários de XX**% (XXX por cento)** incidente sobre os preços de bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição/veiculação **não** proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1995;

**Parágrafo Quarto**
Pela taxa de percentual de honorários de XX% **(XXX por cento)** incidentes sobre os preços de bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes à adoção ou implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, cuja utilização **não** proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1995;

**Parágrafo Quinto**
Pela taxa de percentual de desconto de XX**%(XXXX por cento)** incidentes sobre os valores da Tabela SINAPRO PR, cuja utilização **não** proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1995;

**Parágrafo Sexto**
A CONTRATADA deverá anexar declaração de que não será repassado ao CONTRATANTE o pagamento de tributos e outros encargos, referente aos serviços prestados por esse fornecedor.

**Parágrafo Sétimo**
A CONTRATADA deverá fornecer ao CONTRATANTE relatório mensal comprovando o pagamento aos fornecedores, em um prazo máximo de três dias após a efetivação do pagamento pelo CONTRATANTE para a CONTRATADA.

**Parágrafo Oitavo**
A CONTRATADA se compromete a reverter à CONTRATANTE parcela do “Desconto de Agência” a que faz jus, observados os parâmetros contidos no Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído

pelo item 4.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária, editado pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

**Parágrafo Nono**
De acordo com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que regula o relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

**CLÁUSULA QUINTA**
Mensalmente, após a execução dos serviços, a CONTRATADA deverá protocolar requerimento, junto aos órgãos do CONTRATANTE, solicitando o pagamento, devendo, para tanto, anexar notas fiscais dos serviços prestados em (2 vias).

**Parágrafo Primeiro**
É indispensável para a liberação do respectivo pagamento a aceitação dos serviços.

**Parágrafo Segundo**
As notas fiscais e faturas deverão ser apresentadas em moeda corrente nacional.

**Parágrafo Terceiro**
Não será efetuado pagamento da parcela para a CONTRATADA caso seja penalizada, sem que a mesma tenha recolhido a multa aplicada.

**Parágrafo Quarto**
A CONTRATADA deverá apresentar, como condição para recebimento de cada parcela contratual faturada a relação de todos os empregados envolvidos no objeto ora contratados (conforme Decreto Municipal nº 2038/17), com as seguintes cópias autenticadas:

I certidão negativa de débitos previdenciários e de terceiros referente ao mês imediatamente anterior;

II cópias autenticadas das guias de recolhimento da contribuição previdenciária devidamente quitadas;

III cópias autenticadas das guias de recolhimento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS devidamente quitadas e Relação de Empregados - RE envolvidos na execução do objeto contratado;

IV cópias autenticadas das folhas de salário dos empregados envolvidos na execução do objeto contratual;

V declaração do responsável legal pela empresa dando conta da regular quitação de todos os direitos sociais trabalhistas de seus empregados;

VI cópia dos termos de rescisão contratual firmados no período e correspondente termo de quitação das verbas rescisórias e recolhimento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS;

VII declaração do responsável legal da empresa, contendo indicação dos empregados que desenvolveram as atividades previstas no objeto do contrato por posto de trabalho e período, integral ou parcial, de atuação no mês de apuração, com indicativo expresso da jornada cumprida em cada posto de trabalho e horário de intervalo de cada empregado;

VIII certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), atualizada;

IX . Certidões Negativas de débitos: Municipal, Estadual e Federal.

**Parágrafo Quinto**
A declaração mencionada no item VII do § 4º desta cláusula deverá trazer, ainda, a qualificação civil e número da carteira de Trabalho e Previdência Social – CTPS de cada um dos empregados envolvidos, bem como o motivo de eventual afastamento durante o mês.

**Parágrafo Sexto**
O pagamento será realizado junto à agência e conta corrente do Banco indicado pela CONTRATADA, onde será creditado o valor.

**Parágrafo Sétimo**
Se houver alguma pendência que impeça o pagamento, será considerado como data do início do prazo de pagamento de que trata alínea a, inciso XIV, do art. 40, da Lei nº 8.666/1993, aquela na qual ocorreu a regularização da pendência por parte da CONTRATADA – art. 63 e 64, da Lei Federal nº 4.320/1964.

**Parágrafo Oitavo**
O CONTRATANTE poderá promover deduções no pagamento devido à CONTRATADA, em decorrência de serviços prestados abaixo dos critérios qualitativos máximos estabelecidos na descrição dos serviços contratados. Eventuais descontos promovidos na forma prevista neste parágrafo não serão caracterizados como multa, mas aplicação do princípio da proporcionalidade, de modo que descumprimentos contratuais identificados não impedem a aplicação das penalidades previstas inclusive com rescisão contratual.

**Parágrafo Nono**
O pagamento do período será efetuado de conformidade com o art. 40, inciso XIV, alínea a, da Lei nº 8.666/1993**,** após o adimplemento da despesa.

**Parágrafo Décimo**
O CONTRATANTE reterá, mensalmente, do valor da fatura a ser pago à CONTRATADA, o ISS relativo à prestação de serviços no Município de Curitiba, na forma da lei.

**CLÁUSULA SEXTA**
Os preços acordados somente poderão ser alterados por reajuste ou revisão contratual, a fim de assegurar o equilíbrio econômico e financeiro do contrato, nos termos da Lei nº 10.192/2001 e do art. 65 da Lei nº 8.666/93 e Decreto Municipal nº 2038/2017.

**Parágrafo Primeiro**
O índice a ser utilizado no cálculo de um eventual reajustamento terá como referência o IPCA ou outro que vier, eventualmente, a substituí-lo, cuja apuração desse índice será com base na data da apresentação da proposta.

**Parágrafo Segundo**
A aplicação desse índice de reajuste será a partir dos 12 (doze) meses (dia/mês/ano), contados da data da apresentação da proposta.

**CLÁUSULA SÉTIMA**
Integram também a prestação de serviços os seguintes comandos no tocante aos direitos autorais incidentes:

I. para os direitos de autoria intelectual (criação, texto, produção, direção, artefinalização e assemelhados) cessão definitiva ao Município de Curitiba dos direitos patrimoniais, devendo a CONTRATADA tomar as providências para a formalização das referidas cessões de direito;

II. para os direitos de imagem (atores e modelos), áudio (trilhas sonoras originais, jingles, spots, dentre outros) e para o direito de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução) a cessão de direito de imagem, assim como o licenciamento de uso para o Município de Curitiba durante o prazo de duração do contrato, com a definição do percentual do cachê para eventual reutilização;

III. compromisso de constar, em destaque, durante a execução do contrato, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e dos licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes inclusos nesses orçamentos;

IV. o CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA**,** seus empregados, prepostos ou subcontratados;

V. o CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação peças produzidas para outros órgãos ou entidades integrantes da estrutura do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças e o submeterá previamente ao CONTRATANTE;

VI. nas contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA**,** mediante prévia definição do CONTRATANTE, poderá solicitar de cada contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva, para que o CONTRATANTE escolha uma das opções;

VII. nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pelo CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas;

VIII. na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos autorais e conexos será de no máximo 50% (cinqüenta por cento);

IX. na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, 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 uso dessas obras, será de no máximo 50% (cinqüenta por cento);

X. quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias**,** 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.

XI. quando o CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se obriga a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros – para a produção de campanhas, peças e materiais publicitários – cláusulas escritas que:

a. explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito autoral patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

b. estabeleçam que este CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

XII. qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção;

XIII. os direitos autorais, patrimoniais e conexos não serão devidos quando se tratar de "serviço de cópia";

XIV. a CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos 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;

XV. a CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

a. que o CONTRATANTE poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em XDcam ou Betacam e em DVD.

b. a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material ao **CONTRATANTE,** que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

c. que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

XVI. o CONTRATANTE será o único e exclusivo proprietário dos resultados oriundos do cumprimento do presente contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual;

XVII. é garantido ao **CONTRATANTE** o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à **CONTRATADA,** ou a terceiros, antes da assinatura do presente contrato;

XVIII. fica garantida ao **CONTRATANTE** a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor;

XIX. o CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças e o submeterá previamente ao CONTRATANTE

**CLÁUSULA OITAVA**
A CONTRATADA prestou garantia, em favor do CONTRATANTE**,** no valor de R$ .....(.....), correspondente a 1,25% (um virgula vinte e cinco por cento) do valor global da contratação, previsto neste instrumento.

**Parágrafo Primeiro**
Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização a terceiros, a CONTRATADA se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo e improrrogável de dez dias úteis, a contar da data em que for notificada pelo CONTRATANTE**.**

**Parágrafo Segundo**
Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de dez dias úteis, a contar da data que for notificada pelo CONTRATANTE**.**

**Parágrafo Terceiro**
Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA**,** no prazo de dez dias úteis, mediante certificação, pelo gestor deste contrato, de que os serviços foram realizados a contento.

**Parágrafo Quarto**
Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo.

**Parágrafo Quinto**
Na hipótese de prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei 8.666/93:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
b) seguro-garantia;
c) fiança bancária.

**Parágrafo Sexto**
Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito pertinente no Banco indicado pelo CONTRATANTE, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/93.

**Parágrafo Sétimo**
Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

a) prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de trinta dias;
b) a apólice deverá indicar o CONTRATANTE como beneficiário;
c) não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses do CONTRATANTE**.**

**Parágrafo Oitavo**
Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

a) prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de trinta dias;
b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações.
c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil.
d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste contrato.

**Parágrafo Nono**

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

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

**CLÁUSULA NONA**
**São obrigações da CONTRATADA:**

I. efetuar a cotação de preços para os serviços de terceiros, apresentando no mínimo três propostas alternativas, com custos especificados por itens, devendo, conforme o valor dos bens ou serviços, efetuar as providências necessárias ao atendimento dos procedimentos constantes do art. 14, da lei 12.232/10;

II. ser responsável exclusiva por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração do faturamento, que redundem em aumento das despesas ou na perda dos descontos;

III. fornecer relatório mensal ao CONTRATANTE, sobre os serviços executados, bem como os comprovantes de produção de divulgação e veículos em jornais, revistas, dentre outros previstos no planejamento de comunicação, além de mapeamento ou fotografia que comprove aplicação de mídia externa;

IV. preparar relatório diário de monitoramento de mídias sociais;

V. preparar relatórios mensais para facultar ao CONTRATANTE, a fiscalização extraordinária dos serviços prestados;

VI. preparar relatório semanais de performance de campanha de internet (“Analytics”).

VII. executar os serviços sempre no menor prazo possível e de acordo com o projeto requerido, todos previstos na solicitação formal do CONTRATANTE, não superando nos casos descritos abaixo:

a. desenvolvimento de campanhas – **até 25 dias corridos;**

b. criação de material individual publicitário em peças gráficas, artísticas, televisão, portal, revista, cartazes A3, e jornal, além de mídias alternativas – **até 8 dias corridos;**

c. diagramação e arte final de produtos gráficos, como anúncio, *folder,* institucional, ilustrações – **até 6 dias corridos;**

d. diagramação e arte final de produtos gráficos, capas de materiais, *flyers*, institucional, – **até 3 dias corridos**;

e. correção de material já desenvolvido e arte finalização – **até 2 dias corridos;**

f. execução da produção eletrônica (roteiros para rádio, TV e institucionais) – **até 15 dias corridos;**

g. criação eletrônica (spot e vídeo) – **até 5 dias corridos;**

h. prazos maiores deverão ser justificados e formalmente referendados pelo CONTRATANTE.

VIII. atuar por ordem e conta do CONTRATANTE, por meio da Secretaria Municipal da Comunicação Social, em conformidade com o art. 3º da Lei 4.680/65, na contratação de:

a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços decorrentes;

b) veículos de comunicação e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitário, sem qualquer restrição de mídia.

IX. atuar mediante convocação do CONTRATANTE por meio de sua Secretaria Municipal da Comunicação Social, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações, devendo os serviços de publicidade ser executados indistintamente e independentemente da classificação.

X. centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em Curitiba, onde, para esse fim, manterá escritório. 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.

XI. comprovar, no prazo máximo de trinta dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Curitiba, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao **CONTRATANTE**, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

a) um profissional na área de atendimento;
b) um profissional na área de planejamento;
c) uma dupla de profissionais na área de criação;
d) um profissional nas áreas de produção impressa;
e) um profissional nas áreas de produção eletrônica;
f) um profissional na área de mídia;
g) um profissional na área de mídia sociais e gestão de projetos de Internet.

XII. obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato;
XIII. encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da Secretaria Municipal de Comunicação Social, sem ônus para o CONTRATANTE:

a) TV e Cinema: uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;
b) Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
c) Rádio: uma cópia em CD, com arquivo de áudio e mp3;
d) Mídia Impressa e Material Publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta – com as fontes em alta resolução – e finalizada.

XIV. quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD.
XV. enviar, às suas expensas, o material necessário à veiculação.
XVI. orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, malas-diretas) aprovadas pelo CONTRATANTE**.**
XVII. o material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE**.**
XVIII. divulgar somente informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE**,** mediante sua prévia e expressa autorização por escrito, e exigir o mesmo procedimento de seus eventuais subcontratados.
XIX. prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA**,** independentemente de solicitação.
XX. não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
XXI. informar ao **CONTRATANTE,** no prazo de até quarenta e oito horas, qualquer alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa.
XXII. 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 como, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
XXIII. cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.
XXIV. assumir, com exclusividades, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
XXV. 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.
XXVI. apresentar mensalmente, junto à nota fiscal**,** a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.
XXVII. executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e ao próprio CONTRATANTE**.**
XXVIII. em casos de contratação de veículos e fornecedor relacionados com as atividades complementares da execução do objeto, com autorização prévia do Município de Curitiba, total ou parcial, de serviços neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente contrato.
XXIX. 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**,** a infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei 9.279, de 14 de maio de 1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.
XXX. responder perante o CONTRATANTE e terceiros 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.
XXXI. responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos – de veiculação, de produção e de quaisquer outros decorrentes de serviços previstos neste contrato – e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos e de outras vantagens para o CONTRATANTE**.**

XXXII. responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.
XXXIII. se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-lo salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao **CONTRATANTE** as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de até dez dias úteis, a contar da data do efetivo pagamento.
XXXIV. responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto deste contrato.
XXXV. Deverá guiar-se pelo Código de Auto-Regulamentação publicitária, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o código de defesa do consumidor e demais leis vigentes, a moral e bons costumes.
XXXVI. a não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.
XXXVII.adotar as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, às suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.
XXXVIII. a aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus subcontratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados;
XXXIX. oferecer as condições necessárias à fiscalização deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.
XL. proceder sem ônus para o CONTRATANTE, eventuais adequações, de forma a propiciar a perfeita execução dos serviços contratados.
XLI. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização por escrito, e exigir o mesmo procedimento de seus eventuais subcontratados.
XLII. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste.

**CLÁUSULA DÉCIMA**
**Ao CONTRATANTE caberá:**

I. acompanhar, fiscalizar, controlar e gerenciar o contrato por meio do gestor do contrato ficando também, responsável pela validação dos serviços prestados pela CONTRATADA;

II. exercer a fiscalização da execução dos serviços, registrando as irregularidades encontradas a cada inspeção;

III. fornecer a qualquer tempo e com a máxima presteza, mediante solicitação por escrito da CONTRATADA, ressalvados os casos de urgência, informações adicionais para dirimir dúvidas e orientá-la em todos os casos omissos, do presente ajuste;

IV. manter os entendimentos de serviços com a CONTRATADA sempre por escrito, ressalvados os casos determinados pela urgência das medidas, os quais deverão ser confirmados por escrito, dentro de 48 (quarenta e oito) horas a partir do contato verbal;

V. notificar por escrito a CONTRATADA se verificado qualquer problema nos serviços prestados. Poderá ser ordenada a suspensão dos serviços e respectivos pagamentos, se dentro de 48 horas, a contar do recebimento da notificação, não for atendida a reclamação, sem prejuízo das penalidades a que ficar sujeita;

VI. paralisar o serviço enquanto não satisfeitas as exigências legais.

VII. cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA**.**

VIII. comunicar, por escrito, a CONTRATADA**,** toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, nos prazos determinados nas obirgações da CONTRATADA.

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

X. proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

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

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

XIII. verificar a prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros, podendo para isso realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores.

XIV. supervisionar, quando julgar conveniente, o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA**.**

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA**
À fiscalização do contrato caberá, ao gestor geral e seu suplente

I. Quaisquer exigências da fiscalização inerentes ao objeto do contrato deverão ser prontamente atendidas pela CONTRATADA, sem ônus para o CONTRATANTE;

II. a fiscalização do contrato será exercida pelo gestor geral, devidamente designado pelo CONTRATANTE, a quem competirá dirimir dúvidas que surgirem na execução e que de tudo dará ciência à administração;

III. o gestor geral anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do objeto contratual, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados, dando ciência à CONTRATADA;

IV. a fiscalização exercida no interesse do CONTRATANTE não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA na ocorrência de qualquer irregularidade, inclusive perante a terceiros. As condutas ativas ou omissivas irregulares praticadas pela CONTRATADA não implicam co-responsabilidade do Poder Público e/ou de seus agentes;

V. o fiscalizador do contrato pode sustar qualquer trabalho que esteja sendo executado em desacordo com o especificado, sempre que essa medida se tornar necessária;

VI. o atesto de conformidade dos serviços prestados cabe ao titular do setor responsável pela fiscalização do contrato ou a outro servidor designado para esse fim;

VII. fiscalizar a execução dos serviços contratados e verificar o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado;

VIII. além das atribuições previstas neste contrato, caberá ao gestor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições de sub contratação e aos honorários devidos à CONTRATADA;

IX. a ausência de notificação do gestor ou da Secretaria Municipal da Comunicação Social não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato;

X. a fiscalização em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços;

XI. a CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE;

XII. é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA**;**

XIII. avaliar trimestralmente o desempenho da CONTRATADA**,** sobretudo quanto à qualidade do atendimento e do nível técnico dos trabalhos realizados;

XIV. a avaliação trimestral será considerada pelo CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA**,** declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacidade técnica em licitações.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA**
A detecção, pelo CONTRATANTE a qualquer tempo durante a prestação dos serviços por meio do presente instrumento, de vícios de qualidade nos mesmos, importará na aplicação dos dispositivos da Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor).

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA**
Em caso de paralisação pelo CONTRATANTE ocasionada por qualquer motivo que venha interromper a execução dos serviços, estes ficarão suspensos, até que se restabeleça a normalidade.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA**
O presente contrato poderá ser rescindido sem ônus, de comum acordo entre as partes, ou unilateralmente nas condições e hipóteses previstas nos artigos 78, 79 e 80 da Lei nº 8.666/93.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA**
O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos arts. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei 8.666/93.

**Parágrafo Primeiro**
Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA**:**

I. for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

II. for envolvida em escândalo público e notório;

III. quebrar o sigilo profissional;

IV. utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

V. não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;

VI. motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que o **CONTRATANTE,** como consequência, venha a sofrer;

VII. deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato; e

VIII. vier a ser declarada inidônea por qualquer esfera federativa ou suspensa de licitar ou impedida de contratar com o Município de Curitiba, enquanto durarem os efeitos da sanção.

**Parágrafo Segundo**
Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA**,** previstas no presente contrato.

**Parágrafo Terceiro**
Em caso de cisão, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outras agências de propaganda, caberá ao CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato.

**Parágrafo Quarto**
A associação da CONTRATADA com outras empresas, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação só serão admitidas quando apresentada a documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências, e com o consentimento prévio e por escrito do CONTRATANTE e desde que não afetem a boa execução deste contrato.

**Parágrafo Quinto**
A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei 8.666/93, não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

**Parágrafo Sexto**
A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do CONTRATANTE**,** a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA**
O contrato poderá ainda, ser rescindido por qualquer uma das partes e a qualquer tempo, observadas as seguintes condições:

a) na hipótese do CONTRATANTE solicitar a rescisão, deverá efetuar comunicação por escrito, com antecedência de até 60 dias à CONTRATADA, sendo então pagos os serviços comprovadamente prestados, não cabendo à CONTRATADA qualquer outra compensação ou indenização, seja a que título for;

b) na hipótese da CONTRATADA solicitar a rescisão, esta deverá continuar prestando os serviços por período a ser estipulado pelo CONTRATANTE, considerando o necessário para assegurar a continuidade dos serviços por outra empresa.

**CLAÚSULA DÉCIMA SETIMA**
Se a CONTRATADA deixar de executar os serviços por qualquer motivo ou o fizer fora das especificações e condições pré-determinadas, poderão ser aplicadas as penalidades abaixo nominadas,

garantida a defesa prévia em processo próprio do interessado, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento da notificação, independente de outras previstas em lei, sendo este prazo de 10 (dez) dias no caso de a sanção aplicável ser a declaração de inidoneidade:

I. Advertência.

II. No caso de atraso injustificado na entrega do objeto ou execução do contrato, multa de mora de 1% (um por cento) ao dia sobre o valor empenhado no período, até o prazo máximo de 10 (dez) dias. Vencido o prazo de que trata este item, o empenho poderá ser cancelado ou o contrato ser considerado rescindido, a critério do CONTRATANTE, ficando a CONTRATADA sujeita às penalidades previstas nos artigos 86, 87 e 88 da Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores.

III. No caso de inexecução parcial ou total do contrato, será aplicada multa punitiva de 10% (dez por cento) sobre o valor empenhado.

IV. A multa moratória e a multa punitiva poderão ser cumuladas entre si e com quaisquer outras penalidades.

V. Suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração, pelo prazo de até 2 (dois) anos, penalidade essa a ser aplicada pela autoridade competente, segundo a natureza da falta e o prejuízo causado à Administração Pública.

VI. Declaração de inidoneidade para licitar na Administração Pública, com publicação na Imprensa Oficial, segundo critérios definidos no Decreto Municipal 2038/2017.

VII. O CONTRATANTE poderá, motivadamente, aplicar as penalidades estabelecidas em Lei nº 8666/93 e no Decreto Municipal nº 2038/17 independentemente da ordem em que estejam previstas, considerando sempre a gravidade e eventuais prejuízos causados ao Erário e os princípios que regem Administração.

VIII. aplicação de penalidades não prejudica o direito do CONTRATANTE recorrer às garantias contratuais, com o objetivo de ressarcir-se dos prejuízos causados pelo inadimplente, podendo, ainda, reter créditos decorrentes do contrato, ou promover a cobrança judicial ou extrajudicial de eventuais perdas e danos.

IX. A questão referente à penalidade e o procedimento a ser adotado para sua aplicação estão previstos no Decreto Municipal nº2038/17.

**Parágrafo Único**
Quaisquer das penalidades aplicadas serão transcritas na ficha cadastral da CONTRATADA na Secretaria Municipal de Planejamento e Administração.

**CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA**
Ficam designados os servidores abaixo designados para atuar como gestores e suplentes do contrato, nos termos do art. 9º, do Decreto Municipal nº 2038/17:

| | |
|---|---|
| Heitor Manfrinato | Juliana Midori de Carvalho Komiyama Catarino |
| Matrícula 82898 | Matrícula 155398 |
| Gestor Geral | Suplente Geral |

**Parágrafo único**
Relação de gestores e suplentes por Secretaria:

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

SECRETARIA MUNICIPAL DA EDUCAÇÃO

INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA

INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO

FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA

FUNDAÇÃO DE AÇÃO SOCIAL

FUNDO DE URBANIZAÇÃO DE CURITIBA

FUNDO MUNICIPAL DA SAÚDE

FUNDO MUNICIPAL PARA CRIANÇA E O ADOLESCENTE

FUNDO MUNICIPAL DE APOIO AO DEFICIENTE

FUNDO MUNICIPAL DOS DIREITOS DA PESSOA IDOSA

**CLÁUSULA DÉCIMA NONA**
Elegem as partes o Foro Central da Região Metropolitana de Curitiba, com renúncia expressa a qualquer outro por mais privilegiado que seja.

E para constar, foi lavrado o presente, que depois de lido e achado conforme, vai por todos assinado, na presença de duas testemunhas, em uma única via, de onde serão extraídas as cópias necessárias.

Palácio 29 de Março, xx de xxxxxxx de 2018.

Secretário Municipal

Procurador Geral

Contratada

Testemunha 01
Nome:
CPF:

Testemunha 02
Nome:
CPF: