



Prefeitura Municipal de Curitiba
Secretaria Municipal da Comunicação Social

Av. Cândido de Abreu, 817
Centro Cívico
80530-908 Curitiba PR
www.curitiba.pr.gov.br

**PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA
SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL**

RESOLUÇÃO Nº001/2018 SMCS

Institui o Manual de Procedimento de seleção interna entre as agências de propaganda contratadas mediante a Concorrência Pública nº 004/2018

O **SECRETÁRIO MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL**, no uso das atribuições legais, **resolve**:

Art. 1º Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes da licitação sob Concorrência Pública nº 004/2018 SMCS, fica instituído o procedimento de seleção interna entre as contratadas, nos termos do Manual constante do Anexo Único deste instrumento.

Art. 2º O Manual de Procedimento a que se refere o Anexo Único desta Resolução deverá ser disponibilizado no endereço:
<http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/publicidade-institucional/2995>

Art. 3º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Curitiba, de 06 de abril de 2018.

Marcelo Simas do Amaral Cattani
Secretário Municipal da Comunicação Social



RESOLUÇÃO Nº 001, DE 06 DE ABRIL DE 2018. ANEXO ÚNICO

MANUAL DE PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA ENTRE AS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA CONTRATADAS MEDIANTE A CONCORRÊNCIA Nº 004/2018- SMCS

1. Do Objetivo

1.1 Este Manual estabelece, no âmbito da Secretaria Municipal da Comunicação Social - SMCS, os procedimentos de seleção interna entre as contratadas através da licitação sob Concorrência Pública nº 004/2018-SMCS, para a execução das ações de comunicação publicitária.

1.2 Constituem ações comunicação publicitária, para fins deste Manual, os serviços integrantes do objeto dos contratos firmados pela SMCS com agências de propaganda.

1.3 Este Manual será periodicamente atualizado com vistas ao aprimoramento constante dos procedimentos, garantindo eficiência na execução contratual, alinhamento com aspectos legais e normativos e com boas práticas de gestão pública.

2. Das Referências Básicas

2.1 Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda.

2.2 Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

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

3.1 A(s) forma(s) de escolha de agência(s) para o desenvolvimento das ações de publicidade será(ão) feita(s) de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em sintonia com os princípios da economicidade, eficiência e razoabilidade.

3.2. De acordo com as necessidades de comunicação estabelecidas na demanda, a Seleção Interna terá, como objeto de avaliação, propostas de soluções publicitárias de linhas criativas e/ou de estratégias de mídia.

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



3.1.1 Para os fins desse procedimento, considera-se:

- a)** Seleção Nível I: o procedimento de escolha de agência para o desenvolvimento de ação de publicidade com investimento estimado em até R\$ 3.999.999,99 (três milhões novecentos e noventa e nove mil, novecentos e noventa e nove reais e noventa e nove centavos);
- b)** Seleção Nível 2: o procedimento de escolha de agência(s) para o desenvolvimento de ação de publicidade com investimento estimado superior a R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais) até R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais);
- c)** Seleção Nível 3: o procedimento de seleção de agência(s) para o desenvolvimento de ação de publicidade com investimento estimado superior a R\$ 6.000.000,01 (seis milhões de reais e um centavo) .

4. Da Seleção Interna Nível I

4.1. A escolha de agência por Seleção Nível I, será feita pela equipe de Marketing da SMCS, mediante a aplicação de um dos critérios abaixo:

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

4.2. A Diretoria de Marketing responsável pela demanda com procedimento de Seleção Nível 1, consignará nos autos o(s) critério(s) para a tomada de decisão.

4.3. A agência escolhida para o desenvolvimento da ação de publicidade em Seleção Nível I deverá apresentar solução publicitária para aprovação da SMCS, com base nas informações constantes do formulário da demanda e, se necessário, aprofundadas em reunião para esclarecimento das necessidades e objetivos de comunicação.

5. Da Seleção Interna Nível 2

5.1. A Diretoria de Marketing da SMCS responsável pela demanda com Seleção Nível 2, solicitará às agências que apresentem, em data determinada, suas propostas de solução publicitária para a necessidade de comunicação expressa na demanda, que conterá informações essenciais para subsidiar o processo de proposição, em igualdade de condições.

5.2. As propostas de solução publicitária apresentadas serão analisadas pela equipe de Marketing da SMCS, que indicará no formulário de Avaliação Técnica de Seleção Nível 2, a(s) proposta(s) considerada(s) adequada(s) para atendimento dos objetivos de comunicação, para fundamentar decisão, quanto ao desenvolvimento da ação.

5.3. Em sua manifestação, a Diretoria de Marketing da SMCS poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências sejam integradas, para aperfeiçoar a ação de publicidade, e/ou compartilhadas em sua execução.



5.4. Poderão participar da reunião de apresentação das propostas de solução publicitária técnicos da SMCS e de outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Municipal.

5.5.A Diretoria de Marketing, mediante ratificação do Superintendente da SMCS, poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 2 e fazer a escolha direta da(s) agência(s), nos casos de:

- a) Ação de publicidade que decorra de proposta de agência(s), conjunta ou isoladamente, mediante análise de conveniência e oportunidade da SMCS para seu desenvolvimento, de forma devidamente justificada;
- b) Ação de publicidade com peça(s) ou linha criativa proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Executivo Municipal ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação e direitos conexos, conforme o caso;
- c) Reaproveitamento/adaptação de ação de publicidade (linha criativa, peça(s) e/ou estratégia de mídia) aprovada anteriormente em processo de Seleção Nível 2, mesmo que a ação não tenha sido desenvolvida;
- d) Situações peculiares e/ou imprevisíveis que requeiram urgência na realização da ação de publicidade e não houver prazo hábil para realização dos procedimentos de Seleção Nível 2, sem que haja prejuízo no atendimento das necessidades de comunicação, de forma devidamente justificada.

5.6. Dada à dispensa do procedimento de seleção, e se conveniente e oportuno, a Diretoria de Marketing da SMCS poderá decidir ainda pela proposição e execução compartilhada entre agência(s), conforme recomendação/parecer dos responsáveis pela demanda.

5.7. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2, por comunicado formal da Diretoria de Marketing da SMCS.

6. Da Seleção Interna Nível 3

6.1. Será elaborado briefing de comunicação, assinado pela Diretoria de marketing da SMCS, que conterá todos os subsídios para que as agências possam elaborar suas propostas de solução publicitária para as necessidades de comunicação, em igualdade de condições.

6.2. Será fornecida, enviado por email ou via ofício, cópia do briefing de comunicação às agências, em reunião previamente convocada para aprofundamento das questões técnicas de conteúdo, ou através de envio de briefing via email, de mídia e de outras afetas à concepção e formulação das propostas, bem como definição da dinâmica de apresentação: data, participantes, quantidade de propostas por agência, formatos, tempo, ordem de apresentação, os documentos e/ou dados complementares que deverão ser apresentados para subsidiar a avaliação das propostas, etc.

6.3. A Diretoria de Marketing da SMCS definirá a forma de participação das agências no desenvolvimento da ação de publicidade, previamente no documento de briefing ou após a avaliação das propostas de solução publicitárias.



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

6.5. Na situação descrita no item anterior, caberá à Diretoria de Marketing manifestar-se quanto à solicitação de proposição conjunta elaborada pelas agências, para decisão da Diretoria de marketing da SMCS.

6.6. A análise técnica das propostas das agências, apresentadas de forma conjunta ou isolada, será feita por Comissão de Avaliação, cujos membros serão indicados pela Diretoria de Marketing da SMCS, a cada Seleção Nível 3, podendo contar com a participação de representantes do órgão ou entidade demandante, quando for o caso.

6.7. A Comissão de Avaliação analisará as propostas com base nos critérios e atributos abaixo descritos, conforme as especificidades de cada briefing de comunicação:

- a) Planejamento de Publicidade: entendimento do briefing, proposição estratégica e defesa técnica;
- b) Solução Criativa: adequação ao briefing, originalidade, exequibilidade e defesa técnica;
- c) Estratégia de Mídia e Não Mídia: adequação ao briefing, níveis de alcance, otimização de recursos e defesa técnica.

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

6.9. A análise da Comissão de Avaliação será formalizada por meio do formulário Avaliação Técnica de Seleção Nível 3, assinado por seus integrantes e encaminhado a Diretoria de Marketing da SMCS, com a indicação da(s) proposta(s) que melhor atenda(m) à(s) necessidade(s) de comunicação, para subsidiar sua decisão quanto à escolha da proposta mais adequada, quando for o caso, à forma de participação das agências na execução da ação.

6.10. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, a Diretoria de Marketing da SMCS determinará às agências que apresentem nova(s) proposta(s).

6.11. Poderão participar da reunião de apresentação das propostas técnicos da SMCS e de outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Municipal.

6.12. A Comissão de Avaliação, mediante ratificação da Diretoria de Marketing da SMCS, poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 3 nos casos de:

- a) Ação de publicidade que decorra de proposta das agências, em conjunto ou isoladamente, mediante análise de conveniência e oportunidade da SMCS para seu desenvolvimento, de forma devidamente justificada;



- b) Ação de publicidade com peças ou linha criativa proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Executivo Municipal ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação e demais direitos conexos;
- c) Reaproveitamento/adaptação de proposta de ação de publicidade (linha criativa ou estratégia de mídia) aprovada anteriormente em processo de Seleção Interna, mesmo que a ação não tenha sido desenvolvida;
- d) Situações peculiares e/ou imprevisíveis que requeiram urgência na realização da ação de publicidade e não houver prazo hábil para realização dos procedimentos de Seleção Nível 3, sem que haja prejuízo no atendimento das necessidades de comunicação, de forma devidamente justificada.

6.13. Dada à dispensa do procedimento de seleção, e se conveniente e oportuno, o Superintendente da SMCS poderá decidir ainda pela proposição e execução compartilhada entre agência(s), conforme recomendação/parecer da Diretoria de Marketing da SMCS.

6.14. O Superintendente da SMCS deverá, em despacho, indicar o(s) motivo(s) da dispensa e/ou a justificativa de escolha da agência.

6.15. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 3, por comunicado formal da Diretoria de Marketing da SMCS.

6.16. Serão juntados aos autos todos os documentos previstos neste procedimento de seleção.

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

Curitiba, 06 de abril de 2018.

Marcelo Simas do Amaral Cattani
Secretário Municipal da Comunicação Social