



MUNICÍPIO DE  
**MARIÓPOLIS**



# AVISO DE LICITAÇÃO EDITAL DE CONVITE Nº 3/2021

PROCESSO Nº 611/2021

O Município de Mariópolis, através da Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria nº 32/2021 de 11 de Janeiro de 2021, torna público aos interessados cadastrados na correspondente especialidade, que até o dia **03 de AGOSTO de 2021, às 14h00 (QUATORZE HORAS)**, no Edifício da Prefeitura Municipal, localizada na Rua Seis, nº 1030, na Divisão de Licitações e Compras, receberá os envelopes de Proposta Técnica, Proposta de Preços e Documentação, referente ao Convite nº 3/2021, que tem por finalidade receber propostas para finalidade receber propostas para a contratação de agência de publicidade e propaganda para desenvolver planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação, controle e acompanhamento de serviços de comunicação que visam dar publicidade aos atos do Executivo Municipal, promoções, patrocínios culturais, materiais para divulgação de serviços e produtos, sendo a licitação do tipo **“TÉCNICA E PREÇO”**.

Convoca os interessados, não convidados, que se manifestem até 24 (vinte e quatro) horas da apresentação das propostas (Art. 22, § 3º da Lei 8.666/93) para que possam participar do certame. A licitação será para **ampla participação de empresas**, regida pela Lei nº 8.666/93, suas posteriores alterações, Lei Complementar nº 123/2006, Lei Complementar nº 147/2014 e demais legislação pertinente, conforme instrumento convocatório.

Informações poderão ser obtidas junto à Prefeitura Municipal de Mariópolis, no horário de expediente, localizada na Rua Seis, nº 1030, em Mariópolis-PR, pelo fone (046) 3226-8100, no e-mail: [francisco.bueno@mariopolis.pr.gov.br](mailto:francisco.bueno@mariopolis.pr.gov.br), ou no site [www.mariopolis.pr.gov.br](http://www.mariopolis.pr.gov.br), na aba licitações.

Certificamos que o presente aviso ficará exposto no mural da Prefeitura Municipal de Mariópolis, durante o prazo mínimo de cinco (05) dias úteis, contados desta data.

Mariópolis, 26 de Julho de 2021.



---

**Mario Eduardo Lopes Paulek**  
Prefeito Municipal



## **LICITAÇÃO NA MODALIDADE DE CONVITE Nº 3/2021**

PROCESSO Nº 611/2021

### **1. PREÂMBULO**

1.1 O Município de Mariópolis, Estado do Paraná, através da Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria nº 32/2021 de 11 de Janeiro de 2021, de conformidade com as disposições contidas na Lei Complementar nº 123/2006, Lei Complementar nº 147/2014 e disposições contidas na Lei Federal n.º 8.666/1993, e demais normas regulamentares aplicáveis à espécie, torna público aos interessados que realizará **LICITAÇÃO PARA AMPLA PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS**, de acordo com o que dispõe o artigo 10, § 10 da Lei nº 12.232/2010, tornando público, para conhecimento dos interessados a abertura de Licitação na modalidade CONVITE, do tipo “**TÉCNICA E PREÇO**”, e pelas normas que se aplicam, no que couber, na seguintes legislações: Lei nº 12.232/2010, de forma complementar Lei Federal n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, Decreto Federal n.º 57.690 de 1º de fevereiro de 1966, parcialmente alterado pelo Decreto n.º 2.262/97, Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária editada pelo CONAR – Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária; Código de Ética dos Profissionais editado pela ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade; Normas –Padrão da Atividade Publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas – Padrão; Normas-Padrão da Atividade de Marketing Direto e Código de Ética da Associação Brasileira de Marketing - Direto – ABEMD, informa aos convidados, que até o dia **03 de AGOSTO de 2021 às 14h00 (QUATORZE horas)**, no Edifício da Prefeitura Municipal, localizado na Rua Seis, nº 1030, na Divisão de Licitações e Compras, de acordo com o item 5 do edital, conforme objeto abaixo descrito, e solicita aos demais interessados cadastrados na correspondente especialidade, não convidados, que se manifestem até 24 (vinte e quatro) horas da apresentação das propostas (Art. 22, § 3º da Lei 8.666/93) para que possam participar do certame.

1.2 A abertura dos Envelopes nº 1 – Proposta Técnica conforme item 5 dar-se-á no mesmo local supra estabelecido, às **14h15min (QUATORZE horas e QUINZE minutos)** do mesmo dia.

### **2. OBJETO**

2.1 A presente licitação tem por finalidade receber propostas para a contratação de agência de publicidade e propaganda para desenvolver planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação, controle e acompanhamento de serviços de comunicação que visam dar publicidade aos atos do Executivo Municipal, promoções, patrocínios culturais, materiais para divulgação de serviços e produtos.



2.2 Os serviços de publicidade terão caráter educativo, cultural, informativo ou de orientação social e deverão estar em sintonia com as questões que envolvem os trabalhos desenvolvidos pelo Governo Municipal. A política de comunicação social do Município de Mariópolis será orientada por princípios fundamentais, entendidos como a informação e a transparência dos procedimentos do Executivo Municipal, a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos, além da indispensável avaliação sistemática dos resultados.

### 3. DO VALOR

3.1 O valor certo e ajustado para prestação dos serviços é de **R\$ 150.000,00 (Cento e Cinquenta mil reais)**.

### 4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1 Poderão participar desta licitação todas e quaisquer empresas especializadas **no ramo do objeto licitado**, qualificadas como Agências de Publicidade por satisfazerem os requisitos da Lei nº 4.680/65 e que atenderem às condições deste Edital e apresentarem a documentação nele exigida.

4.2 Não poderá participar da licitação empresas que:

4.2.1 estiver incurso nas penalidades previstas no art. 87, incisos III e IV, da Lei nº 8.666/93;

4.2.2 com falência declarada;

4.2.3 em consórcio;

4.3 A observância das vedações deste item é de inteira responsabilidade da licitante, que pelo descumprimento, sujeita-se às penalidades cabíveis.

4.4 É vedada a participação das agências com controle acionário ou diretivo pertencente, direta ou indiretamente, a veículo de comunicação, ou a pessoa física, que participe, direta ou indiretamente, do controle acionário ou diretivo do veículo.

4.5 A presente licitação não é de participação exclusiva para Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, com base no disposto no art. 49, II, da Lei Complementar nº 123/06 com as alterações inseridas pela Lei Complementar nº 147/2014, conforme justificativa apresentada pelo Departamento solicitante na Requisição nº 73/2021.

### 5. APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO E DAS PROPOSTAS

5.1 As empresas interessadas em participar deste CONVITE deverão apresentar a Proposta de Preços em 1 (um) envelope; as propostas técnicas em 03 (três) envelopes distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica; e, se classificada, 1 (um) envelope distinto contendo a Habilitação.

5.1.1 A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.



MUNICÍPIO DE  
**MARIÓPOLIS**



**5.2** Os envelopes contendo a Proposta Técnica e a Proposta de Preços deverão ser apresentados no momento da abertura da licitação, na sede da Prefeitura Municipal de Mariópolis, situada na Rua Seis, N° 1030 - Centro – Mariópolis – Pr, **até 14h00 horas do dia 03 de AGOSTO de 2021, prazo este preclusivo do direito de participação**; o envelope contendo a Documentação deverá ser apresentado à Comissão de Licitação juntamente com os envelopes de proposta técnica, no mesmo dia e hora estabelecido para o protocolo.

### **5.3 DA PROPOSTA TÉCNICA**

**5.3.1** A Proposta Técnica deverá ser apresentada em 03 (três) envelopes da seguinte forma:

**5.3.1.1** 1 (um) envelope padronizado, lacrado e opaco, que será fornecido pela Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura, **não podendo** apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante; para o Plano de Comunicação não identificado;

**5.3.1.2** 1 (um) envelope com a identificação da licitante, lacrado e opaco, contendo em sua parte externa os seguintes dizeres:

MUNICÍPIO DE MARIÓPOLIS

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES

NOME DO LICITANTE:

CONVITE N°. 3/2021

ABERTURA DIA: 03/08/2021

HORÁRIO: 14h00

**PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO**

**5.3.1.3** - 1 (um) envelope com identificação da licitante, contendo em sua parte externa os seguintes dizeres:

MUNICÍPIO DE MARIÓPOLIS

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES

NOME DO LICITANTE:

CONVITE N° 3/2021

ABERTURA DIA: 03/08/2021

HORÁRIO: 14h00

**PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

**5.4** O PRIMEIRO ENVELOPE DEVERÁ CONTER OS SEGUINTE DOCUMENTOS:

**5.4.1** Plano de comunicação publicitária, composto dos seguintes quesitos:



**5.4.2** Raciocínio Básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico sobre a Campanha Institucional #Origens – Conheça o seu Passado, organizada pelo Departamento de Administração Municipal. Deverá ser elaborado em no máximo 3 (três) laudas de 30 linhas (tipografia “Time New Roman”, corpo ‘12, espaçamento entre linhas 1);

**5.4.3** Estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Município de Mariópolis. Deverá ser elaborado em no máximo 3 (três) laudas de 30 linhas (fonte “Time New Roman”, corpo ‘12, espaçamento entre linhas 1);

**5.4.4** Ideia Criativa: O proponente se limitará a apresentar a estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode conter um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação do Município de Mariópolis na Campanha #Origens – Conheça o seu Passado. Como parte do quesito Ideia Criativa, a licitante apresentará 03 (três) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem apresentada. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, leiaute, story-board impresso, ou “monstro” de peça de internet ou “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação tradicional proposto pela licitante. Spot de Rádio, peça de meia página para jornal local e regional, outdoor, peças para veiculação da campanha no facebook e Instagram, e Vt de 15` para veiculação na TV regional. Se apresentados como partes de um kit serão computados individualmente no limite citado neste.

**5.4.5** Estratégia de mídia e não mídia:

a) texto com até 02 (duas) laudas escritas (sem contar as artes) em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação, a inclusão de tabelas não será computada no total de laudas mencionado no Plano de Comunicação).

b) simulação de plano de distribuição das peças da campanha mencionada na Ideia Criativa, acompanhada de texto de até 03 (três) laudas com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação e mais suas justificativas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia. (tipografia Time New Roman, corpo 12, espaçamento entre linha 1).

c) No caso de não mídia, no resumo geral também deverá ser explicitada as quantidades a serem produzidas de cada peça.



d) Na simulação do plano de distribuição de peças previstas na letra “b” do item acima:

d.1) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;

d.2) deve ser desconsiderado o repasse do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65;

d.3) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

**5.4.6** A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa, em conformidade com o § 2º do art. 9º da Lei 12.232/2010, devendo ser apresentada em caderno único com grampo no canto superior.

**5.5** O terceiro envelope, lacrado e opaco, deverá conter um conjunto de informações destinado a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes, será constituído do seguinte:

I - relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos deste processo, com a especificação do período de atendimento de cada um deles, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços;

II - a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

III - as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

IV - a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

V - a discriminação das informações de comunicação e marketing que colocará regularmente à disposição do Município, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

VI - Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidade e prazos com o objeto da licitação mediante apresentação de Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento de acordo com art. 4 da Lei nº 12.232/10.

**5.5.1 REPERTÓRIO;** apresentação de um conjunto de trabalhos concebidos e veiculados/expostos pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema qual a peça se propôs a resolver.

I - Poderão ser apresentadas até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas nos últimos três anos.



II - Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação do cliente, título, data de produção, período de veiculação e menção do veículo que a divulgou.

III - Os vídeos de vídeo poderão ser fornecidos em DVD ou pen drive; os spots e/ou jingles, em CD, DVD ou pen drive; as peças de internet, em CR-ROM ou CD-ROM com simulador de navegação; e as peças gráficas em proporções reduzidas que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

IV - As peças apresentadas não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Município de Mariópolis.

**5.5.2 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:** deverão ser apresentados até dois "cases", veiculados ou expostos e com o visto/carimbo do cliente, identificando cargo e nome do declarante, relatando, em no máximo duas laudas cada, soluções de problemas de comunicação formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, fornecidas conforme estabelece o inciso III do item 5.5.1 acima. Os relatos apresentados não podem referir-se a soluções de problemas do Município de Mariópolis.

**5.5.3** As peças que integram de item 5.5.1 devem ser adaptadas às dimensões do envelope e serem dispostas de modo a manterem invioláveis quanto às informações de que trata até a abertura do mesmo.

**5.5.4** A critério do Município, as campanhas publicitárias sobre a Campanha #Origens – Conheça o seu Passado da Proposta vencedora poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

## 5.6 JULGAMENTO E CRITÉRIOS PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

**5.6.1** O julgamento da Proposta Técnica estará a cargo da Comissão Permanente de Licitação, constituída de conformidade com o § 10º do art. 10 da Lei 12.232 de 29/04/2010, quando serão observados os seguintes critérios:

**5.6.2** Para a seleção das empresas, serão analisadas as Propostas Técnicas, avaliando-as através dos fatores relacionados abaixo:

I - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

a) Das características da Campanha ##Origens – Conheça o seu Passado e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Campanha ##Origens – Conheça o seu Passado com seus públicos;

c) Do papel da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado no atual contexto social, político, econômico e cultural

d) Do problema específico de comunicação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado

II - Estratégia de Comunicação Publicitária.



- a) Adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado
- b) e a sua comunicação e/ou a seu problema específico de comunicação;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado com seus públicos;
- d) A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado;
- e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

#### III - Ideia Criativa

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado.
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) Sua pertinência às atividades Campanha #Origens – Conheça o seu Passado e à sua inserção na sociedade;
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) A exequibilidade das peças;
- i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

#### IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia;

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos dos públicos prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças;
- d) A pertinência da mídia escolhida, a oportunidade e a economicidade no uso de recursos próprios de comunicação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### 5.6.3 Capacidade de Atendimento

I - A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos;

II - A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato e a qualificação dos profissionais que estarão à disposição para a execução do contrato;



III - 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 serão colocadas regularmente à disposição do Município de Mariópolis, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;

IV - A operacionalidade do relacionamento entre o Município de Mariópolis e a Licitante, esquematizado na proposta.

#### 5.6.4 Repertório

I - A ideia criativa e sua pertinência;

II - A clareza da exposição do problema publicitário;

QUESITOS A SEREM AVALIADOS: QUESITOS, ASPECTOS AVALIADOS E PONTUAÇÃO MÁXIMA E PONTUAÇÃO PLANO DE COMUNICAÇÃO:

I - RACIOCÍNIO BÁSICO.

Texto de até 3 laudas em que o licitante explicita o seu conhecimento geral sobre a Campanha #Origens – Conheça o seu Passado e entendimento.

a) Das características da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Máximo, 5 pontos.

b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado com seus públicos. Máximo, 5 pontos.

c) Do papel da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado de no atual contexto social, político, econômico, cultural e tradicional.

Máximo, 5 pontos.

d) Do problema específico de comunicação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado, relatos de soluções de problemas de comunicação. Máximo, 5 pontos.

SUBTOTAL (MÁXIMO, 20 PONTOS).

#### 2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Texto de até quatro laudas em que o licitante exponha o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado.

a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado, conforme briefing. Máximo, 5 pontos.

b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Máximo, 5 pontos.

c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado com seus públicos. Máximo, 4 pontos.





- d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado. Máximo, 3 pontos.
- e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. Máximo, 3 pontos. SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS).

### 3 - IDÉIA CRIATIVA

Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.

- a) Adequação ao problema específico de comunicação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado. Máximo, 3 pontos.
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da #Origens – Conheça o seu Passado. Máximo, 3 pontos.
- c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. Máximo, 3 pontos.
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Máximo, 3 pontos.
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Máximo, 3 pontos.
- f) Sua pertinência às atividades desenvolvidas pela Campanha #Origens – Conheça o seu Passado e sua inserção na sociedade. Máximo, 1 ponto.
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. Máximo, 1 ponto.
- h) A exequibilidade das peças. Máximo, 2 pontos.
- i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos. Máximo, 1 ponto.
- SUBTOTAL (MÁXIMO, 20 PONTOS).

### 4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Texto de até quatro laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.

- a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Máximo, 3 pontos.
- b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Máximo, 3 pontos.
- c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. Máximo, 3 pontos.
- d) Pertinência da mídia escolhida, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação da Campanha #Origens – Conheça o seu Passado. Máximo, 2 pontos.
- e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Máximo 2 pontos.
- f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. Máximo, 2 pontos. SUBTOTAL (MÁXIMO, 15 PONTOS)



#### CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

5) Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato, infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazo para execução das obrigações contratuais.

a) Adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos. Máximo, 3 pontos.

b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Máximo, 2 pontos.

c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição do MUNICÍPIO, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. Máximo, 2 pontos.

d) A operacionalidade do relacionamento entre o MUNICÍPIO e a Licitante, esquematizada na Proposta. Máximo, 3 pontos. SUBTOTAL (MÁXIMO, 10 PONTOS).

#### REPERTÓRIO

6) Conjunto de peças com apresentação sucinta do problema a que se propõe a licitante.

a) Ideia criativa e sua pertinência. Máximo, 2 pontos.

Clareza da exposição do problema publicitário. Máximo, 2 pontos.

c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Máximo, 2 pontos.

d) Relevância dos resultados apresentados. Máximo, 2 pontos.

e) Qualidade da execução do acabamento. Máximo, 2 pontos.

SUBTOTAL (MÁXIMO, 10 PONTOS).

#### RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

7) Case histories, formalmente, referendados pelos respectivos anunciantes.

a) Concatenação lógica da exposição. Máximo, 1 ponto.

b) Evidência de planejamento publicitário. Máximo, 1 ponto.

c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Máximo, 2 pontos.

d) Relevância dos resultados apresentados. Máximo, 1

SUBTOTAL (MÁXIMO, 5 PONTOS).

TOTAL (MÁXIMO, DE 100 PONTOS).

**5.6.5** A pontuação máxima a ser obtida é de 100 pontos, sendo que:

I – A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da comissão concedida à Proposta Técnica.

II - A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.



III - Se, na avaliação de um quesito ou sub quesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou sub quesito, será aberta discussão entre todos os membros da comissão para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da comissão, os autores reavaliarão suas pontuações.

IV - Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da comissão e passará a compor o processo da licitação.

#### **5.7 Da classificação das Licitantes:**

**5.7.1** Deverão ser consideradas classificadas as participantes cujas Propostas Técnicas obtiverem resultado igual ou superior a 60% (sessenta por cento) do total, somados os pontos dos envelopes “Plano de Comunicação” e “Capacidade de Atendimento”;

**5.7.2** Será desclassificada a licitante que:

- I - Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- II - Não alcançar, no total, a nota mínima de 60 (sessenta pontos);
- III - Obter nota zero em qualquer dos quesitos a que se refere o item 5.6.3;
- IV - Incidir nas disposições do art. 48, da Lei nº 8.666/93.

**5.7.3** Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar, a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, os quesitos correspondentes aos subitens I, II, III e IV do item 5.6.3.

**5.7.4** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitações, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

#### **5.8 PROPOSTA DE PREÇOS**

**5.8.1** A Proposta Comercial das empresas será apresentada em uma única via, digitada, sem emendas, rasuras e entrelinhas devidamente assinada, em envelope lacrado e opaco, contendo em sua parte externa os seguintes dizeres:

MUNICÍPIO DE MARIÓPOLIS

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES

NOME DO LICITANTE:

CONVITE Nº. 3/2021

ABERTURA DIA: 03/08/2021

HORÁRIO: 14h00 horas

PROPOSTA COMERCIAL



**5.8.2 ESTE ENVELOPE DEVERÁ CONTER:**

**5.8.2.1** A LICITANTE ESTABELECEirá OS PERCENTUAIS MÁXIMOS PAGOS PELO MUNICÍPIO DE MARIÓPOLIS que será de no **máximo 19,33% (dezenove vírgula trinta e três por cento) pelos serviços e o percentual de desconto da tabela referencial de custos internos emitida pelo SINAPRO/PR**, indicando nome ou razão social do licitante, número do CNPJ/MF, endereço completo, telefone, fax e endereço eletrônico, e-mail, bem como assinatura, nome do representante, CPF, identidade, domicílio e cargo na empresa, para:

I - atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do (INPC), desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;

II - detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do (INPC), desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**5.8.2.2** Declarações relativas à questão dos direitos autorais, estabelecendo;

I - A cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

II - O compromisso de, em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o Município de Mariópolis escolha uma das opções;

III – Que, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços com terceiros por período mínimo de doze meses e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

IV - O compromisso, quando o Município de Mariópolis optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

a) Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito 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 o Município de Mariópolis poderá, a seu juízo, utilizar referido direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

V - Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

VI - O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, 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.

VII - O compromisso de 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 implique direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

a) Que serão entregues ao Município de Mariópolis uma cópia finalizada em CD e/ou DVD e/ou Pen drive, de todo material produzido;

b) A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material o Município de Mariópolis, que poderá, a seu critério, utilizarem referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após o seu término ou eventual rescisão, sem que caiba ao Município 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.

d) O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações referidas nos itens I e II do subitem 5.8.2.1 e 5.8.2.2, para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do Município de Mariópolis.

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

**5.8.4 Repasse a ser concedido na remuneração de no máximo 19,33% (dezenove vírgula trinta e três por cento) sobre a contratação de serviços e o percentual de desconto da tabela referencial de custos internos emitida pelo SINAPRO/PR.**

**5.8.5** A "Proposta de Preços" deverá conter declaração do prazo de validade, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias corridos, a contar da data de sua apresentação.

**5.8.6** A prestação de informações inverídicas ensejará a desclassificação automática da proposta.

**5.8.7** É facultado à Comissão, durante a fase de julgamento das propostas, o direito de solicitar esclarecimentos adicionais, bem como promover diligências a fim de assegurar o fiel cumprimento das condições propostas.

**5.8.8** Na formulação da proposta de preços a licitantes deverá também seguir o previsto no sub item 5.9.3.



## 5.9 DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

**5.9.1** Após o julgamento das propostas técnicas e dos recursos a ela referentes, caso existam, serão abertos os envelopes contendo as propostas de preço das licitantes que obtiverem a pontuação mínima de 60% (sessenta por cento) estabelecida no item 5.7.1 As propostas serão rubricadas pelas licitantes presentes e pelos membros da Comissão Permanente de Licitações, passando-se então aos atos procedimentais do julgamento do preço.

**5.9.2** Não será admitida proposta que apresente preços globais ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado acrescidos dos respectivos encargos.

**5.9.3** A avaliação das Propostas de Preços das empresas classificadas tecnicamente deverá ser feita mediante a atribuição de um máximo de 100 (cem) pontos, obedecido ao seguinte critério:

a) 50 (cinquenta) pontos à proposta que oferecer maior percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção da empresa, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme fórmula a seguir:

$$P = 50 \times D/M$$

Onde: P = Pontos da Empresa.

D = Desconto Proposto.

M = Maior Desconto Proposto.

b) 15 (quinze) pontos para a proposta que oferecer o maior desconto sobre o percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referente à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de comunicação, mantendo-se a fórmula acima para apurar as demais notas.

c) 15 (quinze) pontos para a proposta que oferecer o maior desconto sobre o percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços de terceiros, referente a elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, mantendo-se a mesma fórmula acima para apurar as demais notas.

d) 20 (vinte) pontos para a proposta que oferecer o maior desconto sobre o percentual de honorários incidentes sobre custos de serviços quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento e serviço ou suprimento, mantendo-se a mesma fórmula para apurar as demais notas.

## 5.10 NOTA FINAL

**5.10.1** As empresas concorrentes serão classificadas em ordem decrescente de pontuação, aferida mediante a aplicação da fórmula seguinte e observando-se o art. 46, §.2º, I e II, da Lei 8.666/93:

(pontuação técnica x 0,80) + (pontuação de preços x 0,20)

Onde:

- Pontuação Técnica obtida conforme o item "5.6" deste Edital.



- Pontuação de Preço obtida conforme o item "5.9" deste Edital.

**5.10.2** Ocorrendo igualdade de condições entre as duas ou mais propostas, o desempate se fará mediante a aplicação do disposto no parágrafo 2º do art. 3º da Lei Nº. 8.666/93 e, persistindo o empate, a decisão se dará por sorteio, em ato público para a qual serão convocados todos os concorrentes;

## **6. DOCUMENTAÇÃO REFERENTE À HABILITAÇÃO**

O Envelope nº 2, contendo a documentação relativa à Qualificação deverá conter os seguintes dizeres e a seguinte documentação abaixo:

MUNICÍPIO DE MARIÓPOLIS

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES

NOME DO LICITANTE:

CONVITE Nº 3/2021

ABERTURA DIA: 03/08/2021

HORÁRIO: 14h00 horas

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

**6.1 Declaração** da licitante da inexistência de fato impeditivo de habilitação, comprometendo-se, outrossim, a comunicar à contratante a eventual ocorrência de quaisquer destes, nos termos do Artigo 32, Parágrafo Segundo da Lei 8.666/93; bem como declarar que não foi declarada inidônea e nem suspensa por órgão público, de qualquer esfera de governo, bem como Declaração cumprindo o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal (conforme modelo no Anexo III), datada e assinada pelo seu representante Legal;

**6.2** Os documentos exigidos para cadastramento, a saber:

a) A documentação relativa à habilitação jurídica, conforme o caso, consistirá em:

I - cédula de identidade, e/ou alvará de autônomo (conforme o caso), para pessoa Física;

II - registro comercial, no caso de empresa individual;

III - ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor (e a última alteração contratual), devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

IV - inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;

V - decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.



b) A documentação relativa à regularidade fiscal, conforme o caso, consistirá em:

I - prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ/MF);

II - prova de regularidade para com a Fazenda Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante;

III – prova de regularidade para com a Fazenda Federal (Tributos Federais e a Dívida Ativa da União), e do INSS, já observados os termos propostos na Portaria nº 358 de 5 de setembro de 2014.

IV – prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por Lei.

V - Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT, Em cumprimento à Lei nº 12.440/2011 e à Resolução Administrativa TST nº 1470/2011.

### 6.3 Qualificação Econômico-Financeira:

a) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, na forma do art. 31, I, da Lei nº 8.666/93, vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser corrigidos por índices oficiais quando encerrados há mais de três meses da data da apresentação da proposta. Caso ainda não possua o balanço do ano de 2020, poderá apresentar o balanço do ano de 2019.

b) A avaliação do balanço patrimonial e demonstrações contábeis e financeiras do último exercício social, acompanhados do índice de liquidez geral correspondente, será feita com a aplicação da seguinte fórmula:

#### **Índice de Liquidez Geral:**

$$\frac{AC + RLP}{PC + ELP} = \text{maior ou igual a } 1$$

$$PC + ELP$$

Sendo:

**AC** = Ativo Circulante

**PC** = Passivo Circulante

**RLP** = Realizável a Longo Prazo

**ELP** = Exigível a Longo Prazo

c) Certidão Negativa de Falência, Concordata, Recuperação Judicial e Extrajudicial, expedida pelo Cartório Judicial Distribuidor da Comarca da Sede da pessoa jurídica, com vigência de até 60 dias contados a partir da sua emissão.

6.3.1 Para comprovação do capital social mínimo será admitida a atualização até a data da abertura da presente licitação, através de índices oficiais.



#### 6.4 Qualificação Técnica:

- a) Certificado de Qualificação Técnica expedido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP, determinado pelo Artº 4º, § 1º, da Lei 12.232/10.
- b) Atestado fornecido por clientes da empresa, pessoas jurídicas de direito público ou privado, indicando a execução de serviços similares, pertinentes e compatíveis com o objeto da licitação, que confirmem o bom desempenho da empresa, subscritos em prazo não superior a 60 (sessenta) dias da data da abertura deste edital.

**6.5** A licitante deverá, juntamente com os documentos da habilitação, apresentar declaração de credenciamento da pessoa que a representará em todos os atos da presente licitação, declaração esta que deve ser firmada pelo representante legal da empresa.

**6.6** Entende-se como representante legal da licitante, para fins deste procedimento, o sócio, diretor ou outro, designado no respectivo estatuto ou ato constitutivo, de acordo com o disposto no art. 17 do Código Civil Brasileiro.

**6.7** Os documentos referidos neste item poderão ser apresentados no original ou qualquer processo de cópia autenticada por oficial público, publicação em órgão da imprensa oficial ou, ainda, cópia autenticada pela Comissão de Licitação, mediante a conferência com o original.

### **7. PARTICIPAÇÃO DA MICROEMPRESA E DA EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

**7.1** Se a participante do certame for empresa de pequeno porte ou microempresa, deverá apresentar toda a documentação exigida para efeito de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, conforme estabelece a Lei Complementar nº123/2006.

*a) havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.*

b) A não regularização da documentação, no prazo previsto no § 1º do artigo 43 da Lei Complementar nº 123/2006, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei 8.666/93, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

**7.2** Nas licitações será assegurada, como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas ou empresas de pequeno porte.

**7.2.1** Entende-se por empate, aquelas situações em que as propostas apresentadas pelas microempresas ou empresas de pequeno porte sejam iguais ou até 10% (dez por cento) superiores à proposta melhor classificada.



**7.3** Para efeito do disposto no art. 44 da Lei Complementar acima mencionada, ocorrendo o empate, proceder-se-á da seguinte forma:

- a) A microempresa e a empresa de pequeno porte melhor classificada poderá apresentar proposta do preço inferior àquela considerada vencedora do certame, situação em que será adjudicado em seu favor o objeto solicitado.
- b) Não ocorrendo contratação da microempresa ou empresa de pequeno porte, na forma do inciso I do caput do artigo 45 da Lei Complementar nº123/06, serão convocadas as remanescentes que porventura se enquadrem na hipótese dos parágrafos 1º e 2º do artigo 44 da referida Lei Complementar, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito.
- c) No caso de equivalência dos valores apresentados pela microempresa e pela empresa de pequeno porte que se encontrem nos intervalos estabelecidos nos parágrafos 1º e 2º do art. 45 da Lei Complementar nº123/2006, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro irá apresentar melhor oferta.
- d) Na hipótese de não contratação nos termos previstos no caput do art. 45, da Lei Complementar nº 123/2006, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.
- e) O disposto no artigo 44 da Lei Complementar nº 123/06 somente se aplicará quando a melhor oferta inicial não tiver sido apresentada por microempresa, empresa de pequeno porte.

## **8. DO PROCESSAMENTO**

**8.1** O processamento deste CONVITE estará a cargo da Comissão Permanente de Licitações, designada pela Portaria nº 32/2021 conforme previsto no § 10 do art. 10 da Lei 12.232/2010.

**8.2** Às 14h00 do dia 03 de AGOSTO de 2021, na sala designada pela Comissão de Licitação do MUNICÍPIO DE MARIÓPOLIS, localizada na Rua Seis, nº 1030 - Centro -Mariópolis – PR, a comissão reunir-se-á, em sessão pública, para abertura e exame dos envelopes contendo a Proposta Técnica e a Proposta Comercial.

**8.3** Serão abertos na sessão pública, pela Comissão Permanente de Licitações, dois dos envelopes da Proposta Técnica, sendo estes examinados e rubricados pela Comissão e participantes:

- a) o que contém a via não identificada do Plano de Comunicação;
- b) o que contém a Capacidade de Atendimento.

**8.4** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas, pela Comissão Permanente de Licitações, conforme § 10 do art. 10 da Lei 12.232/2010:

- a) análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento.



b) análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes à capacidade de atendimento, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório;

c) Contará em ata o julgamento dos quesitos mencionados na alínea “a e b” destes itens pela Comissão Permanente de Licitações, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e se necessária a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

**8.5** Realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;

b) comparação entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

e) publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993;

**8.6** Decorridos todos os prazos legais para recursos e seus julgamentos, serão devolvidos aos proponentes desclassificados os envelopes devidamente lacrados contendo a PROPOSTA COMERCIAL.

**8.7** Inexistindo recursos ou decididos os interpostos, será designada pelos membros da Comissão Permanente reunião destinada à abertura dos envelopes contendo a PROPOSTA COMERCIAL, com indicação da data, local e hora, ou, no caso da inexistência de propostas desclassificadas ou de desistência de recursos, poderá a Comissão, se assim o desejar, prosseguir a sessão com abertura dos citados envelopes;

**8.8** Abertos os envelopes, todos os documentos neles contidos serão rubricados pela CPL e por representantes das empresas participantes e colocados à disposição dos presentes para exame e eventuais impugnações, após o que será encerrada a reunião para que a Comissão Permanente de Licitações proceda à avaliação das propostas, oportunidade em que determinará local, horário e dia para publicação do resultado;

**8.9** Inexistindo recursos ou decididos os que forem interpostos, será agendada pelos membros da CPL a reunião destinada ao RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES – HABILITAÇÃO dos licitantes classificados, ou, no caso da inexistência ou desistência de recursos, poderá a comissão, a seu critério, prosseguir com a sessão da publicação do resultado do julgamento, procedendo ao recebimento e à abertura dos envelopes – HABILITAÇÃO.



**8.10** A Comissão Permanente de Licitações lavrará atas circunstanciadas da abertura dos envelopes das “Propostas Técnicas”, “Propostas de Preços”, da “Habilitação” e dos seus respectivos julgamentos.

**8.11** Reconhecida a habilitação das licitantes, após transcurso de prazo recursal, será homologado e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º da Lei nº 12.232 de 29/04/2010;

**8.12** O ato de homologação será publicado nos termos da Lei 8.666/93.

## **9. DO PRAZO EXECUÇÃO, VIGÊNCIA**

**9.1** A execução do contrato será de 12 (doze) meses contados a partir da assinatura do contrato, sendo que para a execução dos serviços, será emitida uma autorização pelo Departamento Responsável descrevendo os serviços e o prazo para a execução dos mesmos.

**9.2** O período de vigência contratual será o prazo de execução, acrescido de 60 (sessenta) dias.

**9.3** Poderá ser prorrogado o contrato se estiver de acordo com o Art. 57, inciso II, da Lei nº 8.666/93.

## **10. PAGAMENTO**

**10.1** Os serviços, objeto deste contrato, serão pagos pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**, mediante apresentação de fatura devidamente aceita e atestada.

a) As faturas dos serviços, objeto do presente contrato, deverão acompanhar obrigatoriamente:

- comprovantes de pagamentos executados por terceiros, na forma especificada na cláusula terceira;
- faturas emitidas pelos veículos de comunicação, observado o contido na cláusula terceira;
- comprovante de recolhimento de tributos eventualmente devidos em virtude dos serviços executados;
- cópia de no mínimo 03 (três) orçamentos realizados antes da prestação de serviços.
- **Após a execução dos serviços a empresa terá um prazo de até 30 (trinta) dias para entrega da documentação/trabalhos realizados pela mesma.**

**10.2** Os pagamentos serão efetuados no prazo de até 30 (trinta) dias após a apresentação, na Prefeitura Municipal de Mariópolis, das respectivas notas fiscais e faturas, discriminadas onde somente será o valor sobre o valor líquido de todos os serviços que forem solicitados pelo município.

**10.3** Para efeito do disposto neste subitem as faturas obrigatoriamente conterão o número e data deste contrato e os serviços a que se refere o faturamento, assim como deverão ser apresentadas na Prefeitura Municipal de Mariópolis imediatamente após a conclusão de uma das etapas de produção previstas no orçamento ou após a apresentação de documentos de cobrança pelos veículos de comunicação.

**10.4** O Município de Mariópolis efetuará os pagamentos devidos à **CONTRATADA** nos respectivos vencimentos, através de créditos em conta corrente em agência bancária a ser designada pela **CONTRATADA**.



**10.5 A CONTRATANTE** reserva-se no direito de, a qualquer tempo, segundo sua conveniência, modificar o período de faturamento, assim como alterar os locais de apresentação e pagamento das faturas.

**10.6** Os valores faturados pela **CONTRATADA** não poderão ultrapassar o orçamento de produção de cada serviço autorizado, bem como os percentuais estabelecidos pela cláusula terceira deste contrato.

**10.7** Caso seja constatada irregularidade na documentação apresentada, a **CONTRATANTE** a devolverá à **CONTRATADA**, para as devidas correções, hipótese em que será considerada como não apresentada para efeito de atendimento às condições de pagamento estabelecidas nesta cláusula.

**10.8 A CONTRATANTE**, em hipótese alguma, efetuará pagamento de compensação financeira, a qualquer título, correspondente a dias de atraso na apresentação dos documentos de cobrança incorretos.

**10.9 A CONTRATANTE**, a seu critério, poderá aceitar a documentação irregularmente apresentada, glosando-a pelos valores e/ou documentos que julgar indevidos.

**10.10** Não serão reembolsados tributos indevidamente recolhidos ou calculados erroneamente e, em hipótese alguma, multas fiscais e acréscimos tributários.

**10.11** Quaisquer tributos que, direta ou indiretamente, sejam devidos em decorrência da execução da prestação de serviços de publicidade e propaganda, bem como a alteração ou criação de tributos de repercussão indireta, assim como encargos sociais e trabalhistas, não repercutirão nos preços contratados e serão de exclusiva responsabilidade da **CONTRATADA**, sem direito a reembolso. A Prefeitura Municipal de Mariópolis, de seu lado, quando fonte retentora, descontará dos pagamentos que efetuar, os tributos a que estiver obrigada pela legislação vigente, recolhendo-os no prazo da Lei.

**10.12** Qualquer desconto que a **CONTRATADA** obtenha na contratação de serviços de terceiros, deve ser repassado ao preço final a ser pago pela **CONTRATANTE**.

**10.13** Os preços de veiculação e produção de estúdio deverão acompanhar no máximo, respectivamente, a tabela de preços dos veículos de comunicação e do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná. Quando houver negociação de preços entre a **CONTRATADA** e os veículos de comunicação, abaixo da tabela de preços vigentes, a **CONTRATADA** deverá apresentar carta relatando a negociação e o preço negociado, respeitadas as condições de sua política de preços estipulada nas propostas técnica e de preço apresentadas.

**10.14** Nos termos da legislação em vigor, todos os impostos incidentes sobre a prestação dos serviços objeto deste contrato serão de responsabilidade exclusiva do **CONTRATADO**, exceto àqueles que porventura sejam objeto de retenção na fonte.

## 11. GESTOR DO CONTRATO

**11.1** A Administração indicará um gestor do contrato, indicado pela Administração Municipal correspondente, dentro dos padrões determinados pela Lei de Licitações e Contratos nº 8.666/93, que será responsável pelo



acompanhamento e fiscalização da sua execução, procedendo ao registro das ocorrências e adotando as providências necessárias ao seu fiel cumprimento, tendo por parâmetro os resultados previstos no contrato.

11.2 Será Gestora do presente contrato a Sra. Maristela Paulek, ocupante do cargo de Chefe de Gabinete.

## 12. DAS RESPONSABILIDADES/OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

12.1 São obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas ou decorrentes do presente contrato, as descritas nos itens seguintes:

- a) operar como uma organização completa, fornecendo serviços de qualidade e mão-de-obra especializada necessários à execução dos serviços abrangidos pelo contrato;
- b) cumprir durante a execução dos serviços objeto deste contrato, todas as Leis e posturas federais, estaduais e municipais, pertinentes e vigentes, sendo a única responsável por prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa;
- c) 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;
- d) indenizar a **CONTRATANTE** por todo e qualquer dano causado no desempenho dos serviços contratados quando por culpa da **CONTRATADA**;
- e) responsabilizar-se integralmente por danos causados à **CONTRATANTE**, ou a terceiros, em decorrência da prestação dos serviços, na veiculação de propaganda ou qualquer erro seu em material publicitário;
- f) manter, por escrito, todos os entendimentos sobre os serviços com a **CONTRATANTE** ressalvados os entendimentos verbais determinados pela urgência que deverão, todavia, ser confirmados, por escrito, dentro de 24 (vinte e quatro) horas úteis;
- g) prestar os serviços dentro de elevados padrões de qualidade;
- h) entregar os serviços de acordo com os prazos estipulados pela **CONTRATANTE**, através de documentação por escrito e compatíveis com a proposta da **CONTRATADA**;
- i) assumir qualquer despesa que não esteja contida na estimativa de custos de que trata este instrumento e que se faça necessária para a consecução do objeto deste contrato;
- j) reparar ou refazer, exclusivamente às suas expensas, os serviços de produção e veiculação inadequados, sanando irregularidades dentro dos prazos estabelecidos pela **CONTRATANTE**, sem prejuízo das penalidades aplicáveis;
- k) obter para a **CONTRATANTE** melhores condições e preços, no que se refere à contratação de serviços de terceiros;
- l) promover as veiculações em qualquer ponto da área de concessão da **CONTRATANTE**, ou fora, desde que aprovado antecipadamente pela **CONTRATANTE**;



m) utilizar as ideias concebidas em função deste compromisso executando-as somente em propaganda autorizada pela **CONTRATANTE**, nos seus objetivos, sendo vetado o repasse, a qualquer título, a terceiros;

n) efetuar sempre a cotação de preços para os serviços de terceiros, apresentando no mínimo 03 (três) propostas alternativas, acompanhadas de parecer descritivo, indicando aquela mais adequada para execução do serviço a ser contratado. Estas alternativas, juntamente com o parecer, deverão ser encaminhadas previamente à **CONTRATANTE** para apreciação e aprovação;

- impossibilitada a apresentação de 03 (três) propostas alternativas, a **CONTRATADA** deverá formular à **CONTRATANTE** a respectiva justificativa;

o) guardar sigilo sobre todos os assuntos que lhe forem confiados, em decorrência dos serviços que deve executar;

p) responsabilizar-se exclusivamente pelo pagamento dos serviços prestados por terceiros, não cabendo à **CONTRATANTE** qualquer obrigação sobre os pagamentos devidos pela **CONTRATADA** a terceiros;

q) elaborar o planejamento de mídia dos veículos de comunicação, de acordo com as tabelas de preços vigentes e encaminhá-lo à **CONTRATANTE** para apreciação e aprovação;

r) responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração do orçamento e listagem dos serviços executados por terceiros e que venham a resultar no aumento das despesas ou perda dos descontos;

s) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros, com base na legislação de propriedade intelectual, direitos de propriedade e/ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto deste contrato.

**12.2** A **CONTRATADA** se obriga pela administração e execução de todos os contratos tácitos ou expressos, firmados com terceiros, respondendo por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a **CONTRATANTE**.

**12.3** A **CONTRATADA** deve garantir e se responsabilizar pela qualidade dos materiais utilizados na execução dos serviços objeto deste contrato, sejam eles de sua produção ou de terceiros, bem como por todos os serviços encomendados, dentro das especificações técnicas fornecidas pela **CONTRATANTE**.

- Quando comprovado em lay out, provas e artes finais (em se tratando de material impresso), pré-roteiros, roteiros e produções (filmes e spots/jingles) que o serviço não corresponde ao efetivamente solicitado pela **CONTRATANTE**, ficará a contratada sujeita às devidas reparações, sem ônus para a **CONTRATANTE** e sem prejuízo das penalidades aplicáveis.

**12.4** Para os fins deste contrato, a **CONTRATADA** será considerada como independente e sem nenhum vínculo com a **CONTRATANTE**.

**12.5** Obriga-se a **CONTRATADA** a manter, durante a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações nele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação na licitação que deu a sua origem.

**12.6** Ao final dos serviços, objeto deste contrato, a **CONTRATADA** colocará à disposição da **CONTRATANTE**, para seu acervo, todo o material utilizado, tais como: arte final, fotografias, negativos, fotoletras, fotolitos, composições



gráficas, desenhos, lay out, clichês, impressos, vídeos, fitas, filmes, trilhas sonoras, cedendo definitivamente os direitos patrimoniais de uso sobre criação que vierem a ser produzidos, e Sistema de gravação em SD, HD, em XDCAM.

**12.7** A contratada deverá garantir a qualidade dos serviços executados, onde se detectados vícios ou defeitos ou ainda serviço mal executado, serão refeitos, correndo as despesas daí resultantes por conta da Contratada, ficando sujeitos às penalidades aplicáveis a inadimplência.

**12.8** Após a execução dos serviços a empresa terá um prazo de até 30 (trinta) dias para entrega da documentação/trabalhos realizados pela mesma.

### **13. DAS SANÇÕES POR DESCUMPRIMENTO DE PROPOSTA**

**13.1** À proponente que não honrar a proposta protocolada, ou ainda não cumprir com as exigências do presente Edital, poderão ser aplicadas, a critério da Contratante, as seguintes penalidades:

**13.2** Multa de até 5,0 % (cinco por cento) do valor total proposto e ainda poderão ser aplicadas, neste caso, as penalidades dos itens seguintes;

**13.3** suspensão do direito de licitar pelo prazo que a autoridade competente fixar, segundo graduação que for estipulada em razão da natureza da falta;

**13.4** A declaração de inidoneidade para licitar na Administração Municipal.

### **14. DA ADJUDICAÇÃO DO OBJETO E DA CONTRATAÇÃO**

**14.1** Adjudicado o objeto da presente licitação, a Prefeitura Municipal convocará o adjudicatário para assinar o Termo de Contrato em até 3 (três) dias, sob pena de decair ao direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no artigo 81 da Lei nº 8.666/93.

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

### **15. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS PARA O CASO DE INADIMPLEMENTO CONTRATUAL E COMETIMENTO DE OUTROS ATOS ILÍCITOS**

**15.1** No caso do não cumprimento do prazo de execução do objeto, será aplicável à Contratada multa moratória equivalente a 0,1% (um décimo por cento) ao dia, limitada ao máximo de 5% (cinco por cento).

**15.2** Na ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nos art.78 e 88 da Lei de Licitações 8.666/93, o Município de Mariópolis poderá, garantida a prévia defesa, rescindir unilateralmente o contrato, na forma do Art. 79 do mesmo



diploma legal, bem como aplicar à contratada as sanções previstas no art. 87 da Lei de Licitações, sendo que em caso de multa esta corresponderá à porcentagem de 5% (cinco por cento) do valor global do Contrato.

## 16. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

16.1 Os pagamentos decorrentes do objeto da licitação correrão por conta dos recursos da Dotação Orçamentária: 03.00 – Departamento de Administração – 03.01 – Divisão de Administração Geral – 04.122.0003.2.003.000 – Manutenção dos Serviços Administrativos – 33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica – Fonte (000).

05.00 – Departamento de Educação – 05.01 – Divisão de Educação – 12.361.0011.2.011.000 – Fundo de Manutenção e Desenvolvimento Educação Básica – Fundeb (40%) – 33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa jurídica – Fonte (102).

05.00 – Departamento de Educação – 05.01 – Divisão de Educação – 12.361.0011.2.013.000 – Manutenção do Ensino Fundamental – Recursos Educação – 33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica – Fonte (103).

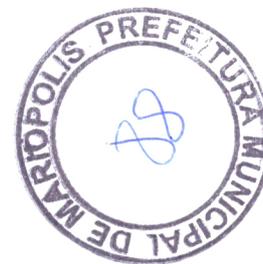
08.00 – Departamento de Saúde – 08.01 – Fundo Municipal de Saúde – 10.301.0010.2.025.000 – Manutenção do Fundo Municipal de Saúde – 33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Juridica – Fonte (01000) (01303) (495).

10.00 – Departamento de Agricultura e Meio Ambiente – 10.01 – Divisão de Agricultura – 20.606.0020.2.031.000 – Assistência Produtor Rural – 33.90.39 – Outros Serviços Terceiros – Pessoa juridica – (000).

11.00 – Departamento de Viação e Serviços Urbanos – 11.01 – Divisão de Serviços Rodoviários – 26.782.0023.2.033.000 – Conservação e Melhorias estradas Vicinais – 33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica – Fonte (000).

Despesa	Descrição da Despesa	Departamento Solicitante	Valor da Despesa
450	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	DIVISÃO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL	150.000,00

Fonte	Origem / Recurso
	Recursos Ordinários (Livres)



16.2 Os pagamentos decorrentes do fornecimento do objeto da licitação correrão por conta dos recursos da Dotação Orçamentária dos Departamentos requerentes, razão pela qual não há efetiva comprovação nem respectiva reserva de saldo.

## 17. DISPOSIÇÕES FINAIS

17.1 O Município de Mariópolis reserva-se o direito de manter a proposta que lhe parecer mais vantajosa, anular ou revogar a presente licitação, por conveniência administrativa, sem que caiba aos interessados, indenização de qualquer espécie, informações, esclarecimentos ou dados fornecidos verbalmente por elementos da Prefeitura, não serão considerados como argumento para impugnações, reclamações e outros por parte dos proponentes.

17.2 Os interessados que tiverem dúvidas de caráter técnico ou de interpretação, serão atendidos no expediente normal de trabalho da Prefeitura, junto a Divisão de Compras e Licitações, pelo Fone/fax: (0XX46) 3226-8100, ou no e-mail [francisco.bueno@mariopolis.pr.gov.br](mailto:francisco.bueno@mariopolis.pr.gov.br), ficando a licitante responsável entrar em contato para confirmação do recebimento.

## 18. DOS ANEXOS

18.1 Faz parte integrante deste Edital como se dele fizesse parte:

18.1.1 Anexo I – Especificação do Objeto.

18.1.2 Anexo II - Minuta do Futuro Contrato.

18.1.3 Anexo II – Modelo de Proposta de Preços.

18.1.4 Anexo III – Modelo de Declarações.

18.1.5 Anexo IV – BRIEFING.

18.1.6 Anexo V – Modelo Proposta de Preços.

Mariópolis, 26 de Julho de 2021.



---

**Mario Eduardo Lopes Paulek**  
Prefeito Municipal  
*Examinei e Aprovo*



ANEXO I

PROCESSO Nº 611/2021

**ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO**

**1. DO OBJETO**

1.1 Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para prestação dos serviços de criação, produção, veiculação, controle e acompanhamento de peças e campanhas publicitárias do Município de Mariópolis, compreendendo:

I – Anúncios para mídia impressa (jornal, revista etc);

II – Anúncios para mídia eletrônica (rádio, tv, internet);

III – Criação de adesivos, etiquetas e similares;

IV – Materiais audiovisuais;

V - Spot de Rádio, peça de meia página para jornal local e regional, outdoor, peças para veiculação da campanha no facebook, Instagram, twitter e demais redes sociais, e Vt de 15` para veiculação na TV regional.

1.2 Fornecimento, após aprovação do serviço pelo CONTRATANTE e conforme material produzido, do seguinte material para arquivo: pen drive, DVD, CD, jingles, spots, peças gráficas (corel e jpeg).

**2. JUSTIFICATIVA DE CONTRATAÇÃO:**A Prefeitura de Mariópolis utiliza a publicidade e a propaganda como meio auxiliar importante na divulgação de suas atividades junto à comunidade Mariopolitana, como: campanhas desenvolvidas pelo Departamento de Saúde, divulgação de ações já realizadas, desenvolvimento de campanhas do interesse público, divulgação dos serviços ofertados pelos departamentos, veiculação de campanhas e materiais produzidos em mídias de massa, entre outros. No entanto, a Assessoria de Imprensa não possui estrutura para realizar ações completas e divulgação em massa. Para o cidadão, além das ações, o acesso à informação sobre essas ações é essencial para o exercício pleno da cidadania. A divulgação institucional é instrumento capaz de favorecer de forma significativa o acesso da população aos seus direitos cuidados pelas atividades da Prefeitura de Mariópolis. Desta forma, a comunicação publicitária contribui para fortalecer o desenvolvimento das ações ofertadas, levando a informação até o público alvo.



MUNICÍPIO DE  
**MARIÓPOLIS**



ANEXO II - MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO Nº \_\_\_\_/2021-GP

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

PROCESSO Nº 611/2021

Que entre si celebram, o **Município de Mariópolis**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ sob nº 76.995.323/0001-24, com sede e foro na Rua Seis, nº 1030, em Mariópolis - PR, neste ato representado pelo seu Prefeito Municipal, **Mario Eduardo Lopes Paulek**, brasileiro, casado, inscrito no CPF/MF nº 495.843.679-00, portador da CI/RG nº 3.306.983-9 SSP/PR, residente e domiciliado na Rua Seis, nº 1183, centro, CEP 85.525-000, na cidade de Mariópolis, estado do Paraná, estado do Paraná, de ora em diante denominado **CONTRATANTE**, \_\_\_\_\_, pessoa jurídica de direito privado, CNPJ nº \_\_\_\_\_, com sede \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, portador do CPF nº \_\_\_\_\_, RG nº \_\_\_\_\_, residente e domiciliado em \_\_\_\_\_, de ora em diante denominado **CONTRATADA**, tendo certo e ajustado o fornecimento do objeto, adiante especificado, cuja licitação foi promovida através do Edital de **Convite nº 3/2021**, que independente da sua transcrição, integra o presente contrato que regerá pelas disposições da Lei nº 8.666/93 e suas posteriores alterações, mediante as seguintes cláusulas e condições:

**Cláusula Primeira - Do Objeto**

I - O presente contrato tem por objeto a contratação de agência de publicidade e propaganda para desenvolver planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação, controle e acompanhamento de serviços de comunicação que visam dar publicidade aos atos do Executivo Municipal, promoções, patrocínios culturais, materiais para divulgação de serviços e produtos.

II - Os serviços de publicidade terão caráter educativo, cultural, informativo ou de orientação social e deverão estar em sintonia com as questões que envolvem os trabalhos desenvolvidos pelo Governo Municipal. A política de comunicação social do Município de Mariópolis será orientada por princípios fundamentais, entendidos como a informação e a transparência dos procedimentos do Executivo Municipal, a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos, além da indispensável avaliação sistemática dos resultados.

**Clausula Segunda – Do Valor**

I - O valor certo e ajustado para prestação dos serviços será de R\$ \_\_\_\_\_.



II - Comissão de agência sobre **veiculação**, de \_\_\_\_% (\_\_\_\_ por cento) dos **serviços de veiculação**, que será e o **percentual de desconto da tabela referencial de custos internos emitida pelo SINAPRO/PR** de \_\_\_\_% (\_\_\_\_ por cento), indicando, calculados sobre as tabelas de preços dos veículos de comunicação; serviços de veiculação que deverão acompanhar a seguinte documentação: tabela de preço do veículo de comunicação; comprovantes de exibição da emissora, acompanhado do comprovante do Instituto de Verificação da praça correspondente (TV/Rádio fiscal); páginas inteiras originais dos jornais, exemplares das revistas, identificando o veículo, com a publicação e data.

II - Após a execução dos serviços a empresa terá um prazo de até 30 (trinta) dias para entrega da documentação/trabalhos realizados pela mesma.

#### ***Cláusula Terceira – Das Responsabilidades/Obrigações da Contratada***

I - São obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas ou decorrentes do presente contrato, as descritas nos itens seguintes:

- a) operar como uma organização completa, fornecendo serviços de qualidade e mão-de-obra especializada necessários à execução dos serviços abrangidos pelo contrato;
- b) cumprir durante a execução dos serviços objeto deste contrato, todas as Leis e posturas federais, estaduais e municipais, pertinentes e vigentes, sendo a única responsável por prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa;
- c) 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;
- d) indenizar a **CONTRATANTE** por todo e qualquer dano causado no desempenho dos serviços contratados quando por culpa da **CONTRATADA**;
- e) responsabilizar-se integralmente por danos causados à **CONTRATANTE**, ou a terceiros, em decorrência da prestação dos serviços, na veiculação de propaganda ou qualquer erro seu em material publicitário;
- f) manter, por escrito, todos os entendimentos sobre os serviços com a **CONTRATANTE** ressalvados os entendimentos verbais determinados pela urgência que deverão, todavia, ser confirmados, por escrito, dentro de 24 (vinte e quatro) horas úteis;
- g) prestar os serviços dentro de elevados padrões de qualidade;
- h) entregar os serviços de acordo com os prazos estipulados pela **CONTRATANTE**, através de documentação por escrito e compatíveis com a proposta da **CONTRATADA**;
- i) assumir qualquer despesa que não esteja contida na estimativa de custos de que trata este instrumento e que se faça necessária para a consecução do objeto deste contrato;



j) reparar ou refazer, exclusivamente às suas expensas, os serviços de produção e veiculação inadequados, sanando irregularidades dentro dos prazos estabelecidos pela **CONTRATANTE**, sem prejuízo das penalidades aplicáveis;

k) obter para a **CONTRATANTE** melhores condições e preços, no que se refere à contratação de serviços de terceiros;

l) promover as veiculações em qualquer ponto da área de concessão da **CONTRATANTE**, ou fora, desde que aprovado antecipadamente pela **CONTRATANTE**;

m) utilizar as ideias concebidas em função deste compromisso executando-as somente em propaganda autorizada pela **CONTRATANTE**, nos seus objetivos, sendo vetado o repasse, a qualquer título, a terceiros;

n) efetuar sempre a cotação de preços para os serviços de terceiros, apresentando no mínimo 03 (três) propostas alternativas, acompanhadas de parecer descritivo, indicando aquela mais adequada para execução do serviço a ser contratado. Estas alternativas, juntamente com o parecer, deverão ser encaminhadas previamente à **CONTRATANTE** para apreciação e aprovação;

- impossibilitada a apresentação de 03 (três) propostas alternativas, a **CONTRATADA** deverá formular à **CONTRATANTE** a respectiva justificativa;

o) guardar sigilo sobre todos os assuntos que lhe forem confiados, em decorrência dos serviços que deve executar;

p) responsabilizar-se exclusivamente pelo pagamento dos serviços prestados por terceiros, não cabendo à **CONTRATANTE** qualquer obrigação sobre os pagamentos devidos pela **CONTRATADA** a terceiros;

q) elaborar o planejamento de mídia dos veículos de comunicação, de acordo com as tabelas de preços vigentes e encaminhá-lo à **CONTRATANTE** para apreciação e aprovação;

r) responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração do orçamento e listagem dos serviços executados por terceiros e que venham a resultar no aumento das despesas ou perda dos descontos;

s) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros, com base na legislação de propriedade intelectual, direitos de propriedade e/ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto deste contrato.

II - A **CONTRATADA** se obriga pela administração e execução de todos os contratos tácitos ou expressos, firmados com terceiros, respondendo por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a **CONTRATANTE**.

III - A **CONTRATADA** deve garantir e se responsabilizar pela qualidade dos materiais utilizados na execução dos serviços objeto deste contrato, sejam eles de sua produção ou de terceiros, bem como por todos os serviços encomendados, dentro das especificações técnicas fornecidas pela **CONTRATANTE**.

- Quando comprovado em lay out, provas e artes finais (em se tratando de material impresso), pré-roteiros, roteiros e produções (filmes e spots/jingles) que o serviço não corresponde ao efetivamente solicitado pela **CONTRATANTE**, ficará a contratada sujeita às devidas reparações, sem ônus para a **CONTRATANTE** e sem prejuízo das penalidades aplicáveis.



IV - Para os fins deste contrato, a **CONTRATADA** será considerada como independente e sem nenhum vínculo com a **CONTRATANTE**.

V - Obriga-se a **CONTRATADA** a manter, durante a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações nele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação na licitação que deu a sua origem.

VI – Ao final dos serviços, objeto deste contrato, a **CONTRATADA** colocará à disposição da **CONTRATANTE**, para seu acervo, todo o material utilizado, tais como: arte final, fotografias, negativos, fotoletras, fotolitos, composições gráficas, desenhos, lay out, clichês, impressos, vídeos, fitas, filmes, trilhas sonoras, cedendo definitivamente os direitos patrimoniais de uso sobre criação que vierem a ser produzidos, e Sistema de gravação em SD, HD, em XDCAM.

VII - A contratada deverá garantir a qualidade dos serviços executados, onde se detectados vícios ou defeitos ou ainda serviço mal executado, serão refeitos, correndo as despesas daí resultantes por conta da Contratada, ficando sujeitos às penalidades aplicáveis a inadimplência.

VIII - Após a execução dos serviços a empresa terá um prazo de até 30 (trinta) dias para entrega da documentação/trabalhos realizados pela mesma.

IX - Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, de caráter informativo, educativo ou de orientação social do Município;

X - A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

XI - Intermediação e supervisão da execução externa referente à prestação de serviços relacionados, seja diretamente ou por terceiros, tais como: produção de fotolitos e arquivos digitais, impressão, produção de fotos, áudios, filmes e VT's, telemarketing, documentação em vídeo, áudio ou fotos das atividades referentes ao Município, distribuição de material e aferição de conteúdos das matérias veiculadas nos meios de comunicação (rádio e TV, agências de notícias e clipping de jornais e revistas);

XII - Elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de identificação e fixação de programação visual;

XIII - Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

XIV - Fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços.

XV - Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

XVI - As divulgações obedecerão às necessidades derivadas do interesse público da administração municipal e direcionadas a necessidade de informar a população, com veiculação em emissoras de rádio AM e FM, emissoras de



televisão, jornais, revistas e outros periódicos, sites da internet e outros meios eletrônicos, outdoor, panfletos, inclusive para prestação de contas;

XVII - As divulgações publicitárias deverão ser veiculadas em meios de comunicação com abrangência municipal, regional, estadual e nacional, conforme o público alvo a ser atingido e a amplitude do interesse público da Administração na divulgação de seus atos;

#### **Cláusula Quinta – Da Fiscalização**

I - A execução do objeto do contrato será fiscalizada pela **CONTRATANTE**, por pessoa responsável, à qual competirá dirimir as dúvidas que surgirem no curso da prestação dos serviços e de tudo dará ciência à Administração, conforme artigo 67 da Lei n.º 8.666/93, devendo a **CONTRATADA** fornecer relatórios, informações e quaisquer esclarecimentos que se fizerem necessários, no prazo que para tanto lhe for assinado.

II - A **CONTRATANTE** poderá a qualquer tempo recusar o fornecimento, no todo ou em parte, sempre que não atender ao estipulado no contrato ou aos padrões técnicos de qualidade exigíveis.

III - A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade da **CONTRATADA**, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica em co-responsabilidade da **CONTRATANTE** ou de seus agentes e prepostos, de conformidade com o artigo 70 da Lei n.º 8.666, de 1993.

#### **Cláusula Sexta – Do Prazo do Contrato**

I - A execução do contrato será de 12 (doze) meses contados a partir da assinatura do contrato, sendo que para a execução dos serviços, será emitida uma autorização pelo Departamento Responsável descrevendo os serviços e o prazo para a execução dos mesmos.

II - O período de vigência contratual será o prazo de execução, acrescido de 60 (sessenta) dias.

III - Poderá ser prorrogado o contrato se estiver de acordo com o Art. 57, da Lei n.º 8.666/93.

#### **Cláusula Sétima – Formas de Pagamento**

I - Os serviços, objeto deste contrato, serão pagos pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**, mediante apresentação de fatura devidamente aceita e atestada.

a) As faturas dos serviços, objeto do presente contrato, deverão acompanhar obrigatoriamente:

- comprovantes de pagamentos executados por terceiros, na forma especificada na cláusula terceira;
- faturas emitidas pelos veículos de comunicação, observado o contido na cláusula terceira;
- comprovante de recolhimento de tributos eventualmente devidos em virtude dos serviços executados;
- cópia de no mínimo 03 (três ) orçamentos realizados antes da prestação de serviços.



- Após a execução dos serviços a empresa terá um prazo de até 30 (trinta) dias para entrega da documentação/trabalhos realizados pela mesma.

II - Os pagamentos serão efetuados no prazo de até 30 (trinta) dias após a apresentação, na Prefeitura Municipal de Mariópolis, das respectivas notas fiscais e faturas, discriminadas onde somente será o valor sobre o valor líquido de todos os serviços que forem solicitados pelo município.

III - Para efeito do disposto neste subitem as faturas obrigatoriamente conterão o número e data deste contrato e os serviços a que se refere o faturamento, assim como deverão ser apresentadas na Prefeitura Municipal de Mariópolis imediatamente após a conclusão de uma das etapas de produção previstas no orçamento ou após a apresentação de documentos de cobrança pelos veículos de comunicação.

IV - O Município de Mariópolis efetuará os pagamentos devidos à **CONTRATADA** nos respectivos vencimentos, através de créditos em conta corrente em agência bancária a ser designada pela **CONTRATADA**.

V - A **CONTRATANTE** reserva-se no direito de, a qualquer tempo, segundo sua conveniência, modificar o período de faturamento, assim como alterar os locais de apresentação e pagamento das faturas.

VI - Os valores faturados pela **CONTRATADA** não poderão ultrapassar o orçamento de produção de cada serviço autorizado, bem como os percentuais estabelecidos pela cláusula terceira deste contrato.

VII - Caso seja constatada irregularidade na documentação apresentada, a **CONTRATANTE** a devolverá à **CONTRATADA**, para as devidas correções, hipótese em que será considerada como não apresentada para efeito de atendimento às condições de pagamento estabelecidas nesta cláusula.

VIII - A **CONTRATANTE**, em hipótese alguma, efetuará pagamento de compensação financeira, a qualquer título, correspondente a dias de atraso na apresentação dos documentos de cobrança incorretos.

IX - A **CONTRATANTE**, a seu critério, poderá aceitar a documentação irregularmente apresentada, glosando-a pelos valores e/ou documentos que julgar indevidos.

X - Não serão reembolsados tributos indevidamente recolhidos ou calculados erroneamente e, em hipótese alguma, multas fiscais e acréscimos tributários.

XI - Quaisquer tributos que, direta ou indiretamente, sejam devidos em decorrência da execução da prestação de serviços de publicidade e propaganda, bem como a alteração ou criação de tributos de repercussão indireta, assim como encargos sociais e trabalhistas, não repercutirão nos preços contratados e serão de exclusiva responsabilidade da **CONTRATADA**, sem direito a reembolso. A Prefeitura Municipal de Mariópolis, de seu lado, quando fonte retentora, descontará dos pagamentos que efetuar, os tributos a que estiver obrigada pela legislação vigente, recolhendo-os no prazo da Lei.

XII - Qualquer desconto que a **CONTRATADA** obtenha na contratação de serviços de terceiros, deve ser repassado ao preço final a ser pago pela **CONTRATANTE**.



XIII - Os preços de veiculação e produção de estúdio deverão acompanhar no máximo, respectivamente, a tabela de preços dos veículos de comunicação e do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná. Quando houver negociação de preços entre a **CONTRATADA** e os veículos de comunicação, abaixo da tabela de preços vigentes, a **CONTRATADA** deverá apresentar carta relatando a negociação e o preço negociado, respeitadas as condições de sua política de preços estipulada nas propostas técnica e de preço apresentadas.

XIV - Nos termos da legislação em vigor, todos os impostos incidentes sobre a prestação dos serviços objeto deste contrato serão de responsabilidade exclusiva do CONTRATADO, exceto àqueles que porventura sejam objeto de retenção na fonte.

#### **Cláusula Oitava - Gestor do Contrato**

I - A Administração indicará um gestor do contrato, indicado pela Administração Municipal correspondente, dentro dos padrões determinados pela Lei de Licitações e Contratos nº 8.666/93, que será responsável pelo acompanhamento e fiscalização da sua execução, procedendo ao registro das ocorrências e adotando as providências necessárias ao seu fiel cumprimento, tendo por parâmetro os resultados previstos no contrato.

II - Será Gestora do presente contrato a Sra. Maristela Paulek, ocupante do cargo de Chefe de Gabinete.

#### **Cláusula Nona – Da Dotação Orçamentária**

I - Os pagamentos decorrentes do objeto da licitação correrão por conta dos recursos da Dotação Orçamentária:  
03.00 – Departamento de Administração – 03.01 – Divisão de Administração Geral – 04.122.0003.2.003.000 – Manutenção dos Serviços Administrativos – 33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica – Fonte (01000).

05.00 – Departamento de Educação – 05.01 – Divisão de Educação – 12.361.0011.2.011.000 – Fundo de Manutenção e Desenvolvimento Educação Básica – Fundeb (40%) – 33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa jurídica – Fonte (01102).

05.00 – Departamento de Educação – 05.01 – Divisão de Educação – 12.361.0011.2.013.000 – Manutenção do Ensino Fundamental – Recursos Educação – 33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica – Fonte (01103).

08.00 – Departamento de Saúde – 08.01 – Fundo Municipal de Saúde – 10.301.0010.2.025.000 – Manutenção do Fundo Municipal de Saúde – 33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica – Fonte (01000) (01303) (31495).



10.00 – Departamento de Agricultura e Meio Ambiente – 10.01 – Divisão de Agricultura – 20.606.0020.2.031.000 – Assistência Produtor Rural – 33.90.39 – Outros Serviços Terceiros – Pessoa jurídica – (01000).

11.00 – Departamento de Viação e Serviços Urbanos – 11.01 – Divisão de Serviços Rodoviários – 26.782.0023.2.033.000 – Conservação e Melhorias estradas Vicinais – 33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica – Fonte (01000).

Despesa	Descrição da Despesa	Departamento Solicitante	Valor da Despesa
450	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	DIVISÃO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL	

Fonte	Origem / Recurso
	Recursos Ordinários (Livres)

II - Os pagamentos decorrentes do fornecimento do objeto da licitação correrão por conta dos recursos da Dotação Orçamentária dos Departamentos requerentes, razão pela qual não há efetiva comprovação nem respectiva reserva de saldo.

#### **Cláusula Décima - Das Penalidades e da Rescisão**

I - No caso do não cumprimento do prazo de execução dos serviços do objeto constante da Cláusula Terceira, será aplicável à Contratada multa moratória equivalente a 0,1% (um décimo por cento) ao dia sobre o valor total dos equipamentos a serem entregues; limitada a 5% (cinco por cento) desse valor;

II – Na ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nos artigos 78 e 88 da Lei nº 8.666/93, o Município de Mariópolis poderá, garantida a prévia defesa, rescindir unilateralmente o contrato, na forma do artigo 79 do mesmo diploma legal, bem como aplicar à contratada as sanções previstas no artigo 87 da LL, sendo que em caso de multa esta corresponderá à percentagem de 5% (cinco por cento) do valor global do Contrato.

#### **Cláusula Décima Primeira - Revisão e Reajuste Contratual**

I - Poderão as partes neste período acordarem alterações contratuais que por ventura venham a exigir, de conformidade com o artigo 65 da Lei 8.666/93 e suas posteriores alterações, ou outra legislação que venha a substituí-la legalmente.

II - Caso ocorra prorrogação do prazo de execução, poderá seu valor ser reajustado, de acordo com a variação com base em índice oficial que reflita mais aproximadamente a variação inflacionária do período;

III - A revisão e o reajuste do valor contratual serão acordados entre as partes, mediante emissão de Termo de Aditamento Contratual.



MUNICÍPIO DE  
**MARIÓPOLIS**



IV - O valor da proposta vencedora poderá ser reajustado após o 12º (décimo segundo) mês da vigência do contrato, utilizando-se como limite máximo para o reajuste a variação do INPC – Índice Nacional de Preços ao Consumidor ocorrido no período.

**Cláusula Décima Segunda - Foro**

I - Fica eleito o foro da Comarca de Clevelândia, estado do Paraná, para dirimir questões relativas ao presente contrato, com a expressa e formal renúncia de outro qualquer, por mais privilegiado que seja.

II - Assim, por estarem certos e ajustados obrigando-se a bem e fielmente cumprir todas as disposições do Contrato, firmam-no em três (3) vias de igual teor e forma.

Mariópolis, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021.

  
\_\_\_\_\_  
**Município de Mariópolis - Contratante**  
**Mario Eduardo Lopes Paulek - Prefeito Municipal**

\_\_\_\_\_  
- **Contratada**

\_\_\_\_\_  
- **Representante Legal**

Testemunhas

\_\_\_\_\_  
CPF/MF n°

\_\_\_\_\_  
CPF/MF n°

Será Gestora do presente Contrato a Sra. Maristela Paulek \_\_\_\_\_



MUNICÍPIO DE  
**MARIÓPOLIS**



**ANEXO III**  
**(NOME DA EMPRESA – CNPJ – ENDEREÇO – TELEFONE)**  
PROCESSO Nº 611/2021  
**DECLARAÇÃO**

DECLARAMOS, para fins de licitação, que a empresa ....., CNPJ .....

I - Não foi declarada inidônea por nenhum órgão público de qualquer esfera de governo, estando apta a contratar com o poder público;

II - Que para cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, não emprega menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menores de dezesseis anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos quatorze anos de idade, em cumprimento ao que determina o inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666/93, acrescida pela Lei nº 9.854/99.

III - Comprometemo-nos a manter durante a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

Local, data.

\_\_\_\_\_  
Assinatura, RG, CPF do representante legal da empresa e carimbo do CNPJ

**(NOME DA EMPRESA – CNPJ – ENDEREÇO – TELEFONE)**  
PROCESSO Nº 611/2021

À  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES  
Município de Mariópolis  
Nesta.

**DECLARAÇÃO**

REFERENTE: Licitação na Modalidade **Convite nº 3/2021**

A empresa ....., CNPJ nº ....., localizada na ....., DECLARA que abre mão do prazo de recurso que é de direito na fase de Qualificação.

Por ser a expressão da verdade, firma a presente Declaração.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 2021.

\_\_\_\_\_  
Assinatura, RG, CPF do representante legal da empresa e carimbo do CNPJ



## ANEXO IV – BRIEFING

PROCESSO Nº 611//2021

As informações a seguir devem ser consideradas para a formulação das propostas.

### 1 – INTRODUÇÃO

Considerando que a propaganda institucional deve ser concebida como o conjunto de técnicas e ferramentas capazes de informar e orientar a população em geral sobre os diversos serviços ofertados pelo Município, tendo em conta que “a publicidade dos atos, programas, obras, serviços, e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”. (Constituição Federal, Art. 37: 1º).

O presente briefing contém informações básicas, destinadas a orientar as agências de propaganda interessadas em participar da licitação do Município de Mariópolis, para a contratação de serviços de comunicação publicitária.

### 2 - ESPECIFICAÇÕES

São serviços de publicidade, para fins deste briefing, aqueles com conteúdo informativo, educativo ou de orientação social, destinados a informar o público, promover divulgação de serviços de publicidade legal, institucional ou promocional de ações, ou serviços prestados pelo Município à população, através dos diversos meios de comunicação, bem como o planejamento, concepção, execução, de acordo com a política de comunicação adotada pelo órgão público. Os serviços prestados devem se pautar pelos princípios constitucionais, orientando-se pela divulgação dos atos, programas, serviços e campanha do município que estiverem em consonância com o caráter:

1- EDUCATIVO, que versem, a exemplo, do esclarecimento sobre perigos de doenças, campanha pelo aleitamento materno, sobre o exercício do direito do voto, zelo com equipamentos públicos, posto que servem à educação, formação ou aprimoramento da consciência comunitária;

2- DE ORIENTAÇÃO SOCIAL, ao buscar orientar ou conscientizar a população acerca de fatos e/ou valores relevantes para a comunidade, por exemplo: a cidadania, liberdades públicas, direito de voto, o patriotismo; e;



3- INFORMATIVO, quando a finalidade for a de informar à comunidade, tendo exclusiva finalidade de esclarecer a população sobre serviços à sua disposição, ou de campanhas realizadas em benefício da coletividade. Neste sentido, a licitante terá em conta, concomitantemente, a ética profissional e os princípios da administração pública, comprometendo-se os profissionais da propaganda a seguirem as determinações do órgão público, no assessoramento de comunicação social do Poder Executivo do Município de Mariópolis - PR.

4- CULTURAL, caracteriza-se por um fato cultural fisicamente identificado no território e baseia-se em apresentar a história e com isso, com expressões e estratégias evidenciadas, fazer com que o público se sinta interessado e o tema fortalecido.

### **3 - INFORMAÇÕES SOBRE O CLIENTE**

O trabalho realizado pelo Poder Executivo é de fundamental importância para o desenvolvimento da cidade de Mariópolis. Além das ações promovidas pelos diversos departamentos municipais. A comunicação é fator fundamental nas relações humanas. Quando se trata de órgãos e instituições públicas, a comunicação assume um papel ainda maior. Informar ao cidadão as ações do Município e dar visibilidade ao trabalho é primordial para que a população acompanhe as ações. Como pressupostos norteadores do trabalho a ampliação das ações que incentivem a participação da população nos trabalhos do Município e a criação de projetos que fomentem a cultura local e regional.

O objetivo principal da política de comunicação do Município, portanto, é tornar acessível ao cidadão as informações sobre o trabalho do Executivo. Tal comunicação tem a obrigação de ser clara, objetiva e educativa, visando a aproximação entre população e o Executivo.

### **4 - OBJETIVOS INSTITUCIONAIS**

- Promover o fortalecimento da democracia e dos poderes que a garantem através da interação com o cidadão.
- Estimular a participação popular no debate e na definição de políticas públicas e prioridades sociais.
- Contribuir para o conhecimento e a compreensão da legislação municipal.
- Disseminar informações de interesse dos diversos segmentos sociais, serviços e direitos dos cidadãos.
- Contribuir para a transparência e compreensão dos atos, funções e responsabilidades do Executivo Municipal.

### **5 - OBJETIVO PRINCIPAL**

I - Disseminar informações sobre assuntos de interesse relacionados a, campanha #Origens – Conheça o seu Passado organizada pelo Departamento da, Administração e Cultura, do Município de Mariópolis;



II – Divulgar o pioneirismo e a entrada das primeiras famílias , com suas lutas, culturas e tradições enraizadas no Município;

III – Disseminar informações culturais, tradicionais e resgatar a memória dos antepassados que chegaram em Mariópolis.

## **6 - NATUREZA DA CAMPANHA**

O Departamento da Administração e Cultura de Mariópolis vê a necessidade de criar uma campanha institucional de resgate e de reconhecimento a quem acreditou nas terras mariopolitanas e aqui plantaram suas raízes com reflexos positivos de cultura e tradição até os dias de atuais. Denominada de #Origens – Conheça o seu Passado essa ação visa ajudar a encontrar conteúdos sobre o município e, principalmente fazer menção a memória cultural. Assim, os Departamentos pretendem através de dados levantados difundir os atores que propiciaram e que tiveram participação relevante no contexto da formação de etnias, costumes e tradições, e criar um memorial alusivo aos imigrantes desbravadores.

## **7 - QUANDO ACONTECE**

Em momento oportuno de comemorações alusivas ao dia do Município, ou dia do imigrante, a definir pelos Departamentos envolvidos.

## **8 - A TAREFA DAS LICITANTES**

I – Dar cumprimento à prescrição constitucional (art. 37, caput, e § 1.º), sendo que tal publicidade não enseje promoção pessoal das autoridades.

II – Despertar no cidadão o conhecimento e a compreensão dos alcances e limitações desta esfera de poder que é o município, e seus departamentos;

III - Levar à opinião pública notícias sobre os atos e serviços da Administração, com notório caráter informativo, institucional e de orientação social, haja vista possibilitar não só o conhecimento da sociedade sobre os rumos que se pretende dar às normas jurídicas, como acender o debate crítico e construtivo sobre os temas.

IV - Divulgar as ações que o executivo promove, destacando o Portal da Transparência que é um canal pelo qual o cidadão pode acompanhar a publicação do Relatório de Gestão Fiscal e do Relatório de Execução Orçamentária do Município de Mariópolis. Neste documento, estão disponíveis informações mensais sobre despesas com pessoal, indicação dos níveis salariais do plano de carreira, resultado de votações dos projetos de leis, número de reuniões ordinárias e extraordinárias realizadas, frequência nominal dos vereadores nas reuniões, subsídio mensal do vereador, valores gastos com gabinetes e total de despesas realizadas em viagens.



MUNICÍPIO DE  
**MARIÓPOLIS**



V - Divulgar os trabalhos de projetos desenvolvidos pelo executivo.

## **9 - PÚBLICO ALVO**

O Público alvo da campanha/projeto #Origens – Conheça o seu Passado será destinada a população em geral de todos os níveis escolares e residentes no Município de Mariópolis e região.

## **10 - INFORMAÇÕES ESSENCIAIS**

Pelo e-mail: [gabinete@mariopolis.pr.gov.br](mailto:gabinete@mariopolis.pr.gov.br) ou pelo fone 46-3226-8102 e 3226-8100.

## **11 – CONCEITO**

O conceito que assumirá as ações de publicidade institucional do Poder Executivo Municipal é o que dispõe a Lei nº. 12.232, de 29/04/2010 e a parágrafo 1º, do artigo 37, da Constituição Federal.

## **12 - PERÍODO DE VEICULAÇÃO**

30 dias.

## **13 - ABRANGÊNCIA**

Local e Regional.

## **14 -VERBA**

Aproximado de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

## **15 - MÍDIAS**

Spot de Rádio, peça de meia página para jornal local e regional, outdoor, peças para veiculação da campanha no facebook, Instagram, twitter e demais redes sociais, e Vt de 15" para veiculação na TV regional e ou Informativo. Ainda criar uma Comenda para homenagens. A licitante poderá escolher 3 ideias para apresentar.



MUNICÍPIO DE  
**MARIÓPOLIS**



**ANEXO V – MODELO PROPOSTA DE PREÇOS**

**CONVITE Nº 3/2021**

**PROCESSO Nº 611/2021**

A Comissão de Licitação do Município de Mariópolis – PR

PLANILHA PARA APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA (envelope 2)

nome ou razão social do licitante

número do CNPJ/MF

endereço completo

telefone, fax

endereço eletrônico e-mail

OBJETO:

Contratação de agência de publicidade e propaganda para desenvolver planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação, controle e acompanhamento de serviços de comunicação que visam dar publicidade aos atos do Executivo Municipal, promoções, patrocínios culturais, materiais para divulgação de serviços e produtos, e outras ações necessárias à execução da política de comunicação social.

Itens	Especificação	Percentuais de Desconto	Percentual de desconto da tabela referencial de custos internos emitida pelo SINAPRO/PR

Valor Total .....R\$ .....

VALIDADE DE PROPOSTA:.....(prazo por extenso) dias, contados da data de sua apresentação.

Os preços contidos nesta proposta incluem todos os custos e despesas, tais como: custos diretos e indiretos, tributos incidentes, taxa de administração, materiais, serviços, encargos sociais, trabalhistas, seguros, frete, embalagens, lucro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto do **Convite n.º 3/2021** e seus anexos.

Local/Data.

\_\_\_\_\_  
assinatura, nome do representante, CPF, identidade, domicílio e cargo na empresa