



## **Edital de Concorrência Pública para Contratação de Serviços de Publicidade- Atual**

**Concorrência Pública n.º 001/2019**

**Processo n.º 11/2019**

O Conselho Regional de Odontologia do Estado do Paraná por intermédio da Comissão Permanente de Licitação – **CPL**, nomeada pela Portaria n.º. 16/2017, torna público que realizará **Concorrência Pública** do tipo **técnica e preço**, para contratação de serviços publicitários.

Os envelopes contendo as Propostas Técnica e de Preços **serão recebidos** até o dia **03 de Setembro de 2019** ou, se não houver expediente nesta data, no primeiro dia útil subsequente, na Sede do CRO/PR localizada na Avenida Manoel Ribas, n.º 2281 no horário **das 08h30min às 14h00min, mediante protocolo na Recepção**. As Propostas Técnicas serão abertas pela CPL, em sessão pública inaugural, fica designada a data de **03/09/2019, às 14h30, na Sede do CRO/PR, localizada na Avenida Manoel Ribas, n.º 2281, Mercês - Curitiba/Pr;** obedecidos os trâmites do procedimento licitatório contemplados neste Edital.

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, no regime de empreitada por preço unitário, nos termos da Lei n.º 12.232/2010 e, complementarmente, pelas Leis n.º 4.680/65 e n.º 8.666/93 com alterações posteriores e pelas disposições deste Edital.

Os serviços publicitários, objeto da presente **Concorrência Pública**, apenas serão contratados junto a Agências de Propaganda que detenham o Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas - Padrão – **CENP**.

### **1. OBJETO**

A presente **Concorrência Pública** destina-se à contratação de Agência de Propaganda para prestação dos serviços publicitários previstos no item 1.1.

1.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços publicitários prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, objetivando atingir públicos de interesse, conforme as especificações constantes deste Edital e Anexos.

1.1.1. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitados os limites fixados pelo art. 3º, da Lei 12.232/10;

b) À produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;



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

1.2. A Agência atuará por ordem e conta do Conselho Regional de Odontologia do Paraná, em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/65, na contratação de:

- a) fornecedores de serviços de produção especializados, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 1.1, alíneas “a”, “b” e “c”;
- b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

## 2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderá participar desta **Concorrência Pública**, a licitante que atender a todas as condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

2.2. Não poderá participar desta licitação a licitante:

- a) em processo de recuperação judicial ou falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação, cisão, fusão ou incorporação;
- b) que por qualquer motivo tenha sido considerada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública, direta ou indireta, federal, estadual ou municipal;
- c) que esteja reunida em consórcio;
- d) estrangeira, sem sede no País.

2.2.1. Nenhuma licitante poderá participar desta **Concorrência Pública** sem estar certificada pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP.

2.3. A participação na presente **Concorrência Pública** implica tacitamente, para a licitante, na confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o envelope n.º 1, conforme previsto no subitem 3.1.1.1.5, e as informações necessárias ao cumprimento desta **Concorrência Pública**; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e seus Anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

## 3. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

3.1. As Propostas Técnica e de Preços deverão ser apresentadas à Comissão Permanente de Licitação em **envelopes distintos e separados**, todos fechados, os quais deverão ser identificados com as informações abaixo previstas.

3.1.1. Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos a saber:

- a) Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**: envelope n.º 1, fornecido pela **CPL**;
- b) Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**: envelope n.º 2;
- c) Demais informações integrantes da Proposta Técnica: envelope n.º 3.

3.1.1.1. O envelope n.º 1, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária (**VIA NÃO IDENTIFICADA**) deve ser elaborado com base nas informações contidas no briefing – ANEXO I e deverá conter: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do envelope n.º 2.

3.1.1.1.1. A **CPL** só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**, se estiver acondicionado no envelope n.º 1, fornecido obrigatoriamente, pela **CPL**.

3.1.1.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**, deverá ser redigido em língua portuguesa, exceção feita a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- em papel A4, branco;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- em caderno único;
- sem identificação da licitante.

3.1.1.1.2.1. As especificações do subitem 3.1.1.1.2 aplicam-se, no que couber, ao subquesto “Idéia Criativa”.

3.1.1.1.2.2. As tabelas, gráficos e planilhas do subquesto “Estratégia de Mídia e Não Mídia” poderão ter fontes tipográficas habitualmente utilizadas nesses documentos.

3.1.1.1.3. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**, não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.

3.1.1.1.4. Os exemplos de peças que integram a “Idéia Criativa”, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do envelope n.º 1.

3.1.1.1.5. O envelope n.º 1 deverá ser retirado pelas licitantes no seguinte endereço: *Avenida Manoel Ribas, 2281, Mercês, Curitiba/PR*, de segunda a sexta, das 9h00 às 17h00 horas.

3.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária, **Via Identificada**, deverá ser apresentado no envelope n.º 2, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

## **ENVELOPE N.º 2**

**PROPOSTA TÉCNICA:** Plano de Comunicação Publicitária

**VIA IDENTIFICADA:** (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia).

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:



Concorrência Pública n.º 01/2019

3.1.2.1. O envelope n.º 2 será providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

3.1.2.1.1. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, sem os exemplos de peças que ilustram a “Idéia Criativa”, deverá constituir-se em uma **cópia da via não identificada**, com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.1.3. Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, serão informados no envelope n.º 3, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

### **ENVELOPE N.º 3**

**PROPOSTA TÉCNICA:** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

Concorrência Pública n.º 01/2019

3.1.3.1. O envelope n.º 3 será providenciado pela licitante, e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

3.1.3.2. O envelope n.º 3 e os documentos nele condicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada** e que permita a identificação da autoria da mesma, antes da abertura do envelope n.º 2.

3.1.4. A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no envelope n.º 4, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

### **ENVELOPE N.º 4**

**PROPOSTA DE PREÇOS**

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

Concorrência Pública n.º 01/2019

3.1.4.1. O envelope n.º 4 será providenciado pela licitante e deverá ser inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

3.1.4.2. Da forma de apresentação:

**3.1.4.2.1.** A proposta deverá atender aos termos deste edital e ser apresentada impressa em língua portuguesa, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, em uma via, **com suas folhas**



**numeradas e rubricadas** e a última **assinada pelo representante legal ou procurador**, de acordo com o Anexo III (Modelo de Carta Proposta), devendo:

**3.1.4.2.2.** Conter a razão social, o número do CNPJ, inscrição Municipal e o endereço completo da empresa licitante, bem como a data e o nome legível de seu representante legal/procurador que assina a proposta.

**3.1.4.2.3.** Conter a descrição do objeto da licitação e os valores, em algarismos e por extenso, compreendendo:

- a) Percentual de desconto que será oferecido referentes aos custos internos da agência, baseado na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO-PR;
- b) Percentual de desconto sobre os honorários a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros.
  - b1)** Excluem-se custos referentes à produção de peças e matérias cuja confecção ou distribuição proporcione a contratada o desconto de remuneração de agência concedido pelos veículos de comunicação, conforme Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

**3.1.4.3.** Conter DECLARAÇÃO de que na sua proposta, os valores apresentados englobam todos os custos operacionais da atividade, incluindo, além do lucro, fretes, seguros, tributos incidentes, bem como quaisquer outras despesas, diretas e indiretas.

**3.1.4.4.** Conter DECLARAÇÃO de que está de pleno acordo com todas as condições e exigências do presente edital e seus anexos.

3.1.4.5. No ato de entrega dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, o representante da licitante apresentará à **CPL**, o documento que o credencia a participar da licitação, juntamente com seu documento de identidade de fé pública e o Certificado do CENP da empresa licitante.

3.1.4.6. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembléia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

3.1.4.7. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório, do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.



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

3.1.4.9. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção, credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

#### **4. PROPOSTA TÉCNICA** (Envelopes n.º 1, 2 e 3)

4.1. A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos:

4.1.1. **Plano de Comunicação Publicitária:** a licitante apresentará Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no Briefing (**Anexo I** deste Edital), o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

4.1.1.1. **Raciocínio Básico:** texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing, principalmente sobre o tema específico de comunicação do Conselho Regional de Odontologia do Paraná;

4.1.1.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** texto em que a licitante:

- a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação do Conselho Regional de Odontologia do Paraná;
- b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

4.1.1.3. **Idéia Criativa:** a licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentará **relação** de **todas** as peças integrantes da campanha e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na alínea a do subitem 4.1.1.3.1;
- b) apresentará **exemplos** de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação;

4.1.1.3.1. Os exemplos de peças:

- a) estão limitados ao máximo de **cinco**, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça;
- b) podem ser apresentados sob forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de “monstro”, para rádio e internet;
- c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;
- d) apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que trata a alínea a do subitem 4.1.1.3.1.

4.1.1.4. Estratégia de Mídia e não Mídia – constituída de:



a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará a capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida à inclusão de tabelas, gráficos e planilhas) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios do Conselho Regional de Odontologia do Paraná;

b) simulação de plano de distribuição de todas as peças de que trata a alínea **a** do subitem 4.1.1.3, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

4.1.1.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre pelo menos: o período de veiculação; os valores dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia.

4.1.1.4.2. No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

4.1.1.4.3. Na simulação de que trata a alínea **b** do subitem 4.1.1.4:

a) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos vigentes na data de **31/08/2019 como referencia;**

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

4.1.2. **Capacidade de Atendimento:** textos em que a licitante apresentará:

a) relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no máximo 5 linhas, com nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas redação, direção de arte, produção gráfica, mídia, atendimento e administrativo.

c) as instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

d) 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.

4.1.3. **Repertório:** apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/ distribuídos/ exibidos/expostos pela licitante.

4.1.3.1. Poderão ser **apresentadas até cinco peças**, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça.

4.1.3.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a identificação da licitante, título, período de veiculação, distribuição, exibição, exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/exibiu/expôs.



4.1.3.3. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

4.1.3.4. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Conselho Regional de Odontologia do Paraná.

4.1.3.5. As peças que constituem o **repertório** estão limitadas a três para cada uma das mídias de veiculação selecionadas pela licitante, como as mais representativas de suas características, observado o limite total fixado no subitem 4.1.3.1.

4.1.4. **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** deverão ser apresentados até dois cases, relatando, em no máximo duas páginas cada, soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação propostas pela licitante e implementadas por anunciantes.

4.1.4.1. É permitida a inclusão de até três peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

4.2. O texto pertinente ao Plano de Comunicação Publicitária está limitado ao máximo de oito páginas, ressalvado que não serão computados nesse limite as páginas utilizadas eventualmente, apenas para separar os textos dos quesitos, a página com a relação prevista na alínea **a** do subitem 4.1.1.3, os roteiros das peças de que trata a alínea **b** do subitem 4.1.1.3 e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas **a** e **b** do subitem 4.1.1.4.

4.3. A critério do Conselho Regional de Odontologia do Paraná, a campanha publicitária da Proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

## **5. PROPOSTA DE PREÇOS** (Envelope n.º 4)

5.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada de conformidade com o estabelecido no Anexo III.

## **6. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

6.1. Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, apresentarão os documentos relativos à habilitação, em envelope fechado, com as identificações e informações abaixo previstas, consistentes em:

### **ENVELOPE N.º 5**

#### **DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

Concorrência Pública n.º 01/2019

##### **6.1.1. Habilitação Jurídica:**

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social devidamente registrado, e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, no caso de sociedades por ações;



- b) inscrição do ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- c) a apresentação de todas as alterações contratuais poderá ser substituída pela apresentação do contrato social consolidado e todas as alterações posteriores.

#### 6.1.2. Regularidade Fiscal:

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ (MF);
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativa à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta licitação;
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) Certidão Negativa de Débito expedida pela Secretaria da Fazenda do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND, em vigor na data de apresentação dos documentos de habilitação;
- f) Certificado de Regularidade de Situação junto ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, em vigor, na data de apresentação dos documentos de habilitação;
- g) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT).

#### 6.1.3. Qualificação Técnica:

- a) três declarações, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta **Concorrência Pública**;
- b) Certificado de qualificação técnica fornecido pelo CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão);

#### 6.1.4. 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, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;
- b) certidão negativa de falência, concordata, de execução patrimonial expedida pelo distribuidor da sede do licitante;
- c) a boa situação financeira de todas as licitantes classificadas será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial:

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$



$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

d) a licitante, que apresentar índice econômico igual ou inferior a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente, deverá comprovar que possui capital social mínimo ou patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

6.1.4.1. Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:

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

6.1.5. A não apresentação de qualquer um dos documentos exigidos, implicará na imediata inabilitação da empresa, e conseqüente desclassificação do pleito.

6.1.6. As certidões que não apresentarem prazo de validade, serão consideradas válidas pelo prazo de noventa dias, contados da data da respectiva emissão.

## 7. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, **que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes** n.ºs 1 e 3, de caráter público.

7.2. A **CPL** receberá os envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, no local, dia e horário determinados neste Edital.

7.2.1. Os envelopes n.º 1, fornecidos pela **CPL**, somente serão por ela recebidos, se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

7.2.2. A **CPL** não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados, não identificados, que contém o Plano de Comunicação Publicitária (envelope n.º 1).

7.3. A **CPL** abrirá os envelopes n.ºs 1 e 3 em sessão pública, franqueando o exame dos documentos dele constantes aos presentes. Em seguida, encaminhará os envelopes n.ºs 1 e 3 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

7.4. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, prevista na cláusula 9, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

7.4.1. Plano de Comunicação Publicitária.

7.4.1.1. Raciocínio Básico – acuidade de compreensão:



- a) das características do Conselho Regional de Odontologia do Paraná e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Conselho Regional de Odontologia do Paraná;
- c) do papel do Conselho Regional de Odontologia do Paraná no atual contexto social, político e econômico;
- d) do problema específico de comunicação do Conselho Regional de Odontologia do Paraná.

#### 7.4.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Conselho Regional de Odontologia do Paraná e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Conselho Regional de Odontologia do Paraná com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do Conselho Regional de Odontologia do Paraná;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Conselho Regional de Odontologia do Paraná e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos do Conselho Regional de Odontologia do Paraná e a verba disponível.

#### 7.4.1.3. Ideia Criativa:

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Conselho Regional de Odontologia do Paraná;
- 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 do Conselho Regional de Odontologia do Paraná e a 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.

#### 7.4.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia:



- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do Conselho Regional de Odontologia do Paraná;
- 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.

#### 7.4.2. Capacidade de Atendimento.

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Conselho Regional de Odontologia do Paraná, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) a estrutura operacional disponível durante a execução do contrato e a qualidade dos profissionais;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre o Conselho Regional de Odontologia do Paraná e a licitante, esquematizado na Proposta.

#### 7.4.3. Repertório.

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

#### 7.4.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

7.5. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **cem** pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

7.5.1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

- a) Plano de Comunicação Publicitária (sessenta e cinco):**
  - a1) Raciocínio Básico - dez**
  - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária - vinte**
  - a3) Ideia Criativa - vinte e cinco**
  - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia - dez**



- b) Capacidade de Atendimento - quinze**
- c) Repertório - dez**
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - dez.**

7.5.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica.

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

7.5.2.1.1. 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 Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

7.5.3. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

7.5.4. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

7.5.5. A pontuação Técnica terá peso sete (0,7), a ser considerado na **classificação final**.

7.6. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de **setenta** pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens **7.4.1.1 a 7.4.1.4 e 7.4.2. a 7.4.4.**

7.7. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens **7.4.1, 7.4.2, 7.4.3 e 7.4.4.**

7.8. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela **CPL**, cuja data será divulgada na forma do item 11 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

## **8. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**8.1.** O julgamento da **PROPOSTA DE PREÇOS** será efetuado pela **Comissão Permanente de Licitação**, atendidas às condições dos capítulos anteriores, e serão observados os seguintes critérios:

**8.1.1.** No julgamento da **Proposta de Preços**, a Comissão de Licitação atribuirá o máximo de 30 (trinta) pontos, conforme tabela abaixo:

Letra	Critério de avaliação	Pontuação máxima
a) Percentual de Desconto sobre os custos internos, baseado na tabela do SINAPRO-PR:	Desconto de 30% = 5 (cinco) pontos; Desconto de 50% = 10 (dez) pontos; Desconto de 75% = 15 (quinze) pontos	15 pontos
b) Percentual de desconto sobre os honorários a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros. (sobre a comissão de 15%): b1) Excluem-se custos referentes à produção de peças e matérias cuja confecção ou distribuição proporcione a licitante o desconto de remuneração de agência concedido pelos veículos de comunicação, conforme Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.	Desconto de 10% = 5 (cinco) pontos (honorário equivalente a 13,5%);  Desconto de 20% = 10 (dez) pontos (honorário equivalente a 12,0%);  Desconto de 33,3% = 15 (quinze) pontos (honorário equivalente a 10,0%).	15 pontos;
<b>Total</b>		<b>30 pontos</b>

## 8.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

**8.2.1.** Não atender às exigências deste edital e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços ou, ainda, a proposta considerada como inexecutável;

**8.2.2.** Apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (Sinapro), a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria agência;

**8.2.3. Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) referente à produção de peças e materiais, cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.**

**8.3.** À comissão de licitação é facultado, em casos especiais, propor, mediante parecer fundamentado, a desclassificação de uma ou mais propostas de preços que não atendam as condições estabelecidas no edital.

**8.4.** Não serão considerados motivos para desclassificação simples omissões ou erros materiais na proposta, desde que sejam irrelevantes, não prejudiquem o processamento da licitação, o entendimento da proposta e nem firam os direitos das demais licitantes.

## 9 - DA CLASSIFICAÇÃO FINAL DAS PROPONENTES

**9.1.** Será considerada classificada como vencedora a licitante que obtiver maior número de pontos, somada a pontuação obtida no julgamento da Proposta Técnica (máximo 70 pontos, considerado o resultado da operação de que trata o item 7.5.5 deste edital) e julgamento da proposta de preços (máximo 30 pontos).

**9.1.1.** Justifica-se a adoção das pontuações acima referidas, em razão de que os serviços a serem contratados possuem características primordiais de natureza técnica e intelectual, sendo os quesitos técnicos preponderantes na escolha da melhor proposta para o CRO/PR.

**9.2.** No caso de empate entre as proponentes, será obedecido como critério de desempate o disposto no § 2º, do artigo 3º, da Lei Federal nº. 8.666/93 e suas alterações.

**9.3.** Persistindo o empate, a classificação se fará por sorteio, em ato público para o qual serão convocadas as proponentes.

**9.4.** O referido sorteio realizar-se-á independentemente do comparecimento dos proponentes, circunstância essa que será registrada em ata.

**9.5.** A classificação final das proponentes será comunicada aos interessados via fax ou correio eletrônico, e publicada no órgão Oficial de Imprensa do Estado do Paraná.

**9.6.** O julgamento e a classificação das propostas, bem como a escolha da mais vantajosa para o Poder Público, serão atos exclusivos da Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica.

**9.7.** Concluído a fase de classificação final das propostas e concluída a fase de habilitação. A Comissão Permanente de Licitação remeterá o procedimento à Autoridade Superior, para que, ao seu juízo, homologue o resultado deste Procedimento Licitatório, sendo-lhe reservado o direito de anular no todo ou em parte, ou revogar a presente licitação em conformidade com que dispõe a lei de regência.

**9.8. SUBCOMISSÃO TÉCNICA.** A Subcomissão Técnica é constituída por três membros escolhidos em conformidade com o disposto na lei 12.232/2010.

## 10. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

10.1. À exceção do julgamento das Propostas Técnicas (envelopes n.ºs 01 e 03) que será realizado pela Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da **CPL**.

10.1.1. Serão realizadas as reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.



10.1.2. Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da CPL ou da Subcomissão, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.

10.1.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

10.1.4. A **CPL** poderá em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta **Concorrência Pública**.

10.1.5. A **CPL** poderá, no interesse do Conselho Regional de Odontologia do Paraná, relevar omissões puramente formais nas Propostas apresentadas pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta **Concorrência Pública** e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela **CPL**.

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

10.1.7. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a **CPL** ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

10.1.8. A **CPL** poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

10.2. A primeira fase da primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 3.2;
- b) receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se os envelopes nº 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber também, todos os seus demais envelopes;
- d) abrir os envelopes nº 1 e 3.

10.2.1. O presidente da **CPL** solicitará aos representantes das licitantes, ou a uma comissão por eles nomeada, que rubriquem todas as folhas contidas no **Invólucro nº 3**. O envelope nº 1 apenas será dado vista aos participantes, sem qualquer tipo de marcação ou rubrica. E formulem se for o caso, impugnações relativamente à documentação ou protestos quanto ao transcurso desta licitação, para que constem da ata da reunião.

10.3. Em ato contínuo, a **CPL** encaminhará os envelopes n.ºs 1 e 3, que compõem a Proposta Técnica, para análise e julgamento pela Subcomissão Técnica.



10.3.1. A análise será individualizada e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária feito dentro do estabelecido no presente Edital, observados os critérios por ele fixados.

10.3.1.1. A Subcomissão Técnica elaborará as planilhas com as pontuações de cada um de seus membros e planilha totalizadora correspondente à soma da pontuação atribuída aos quesitos e subquesitos;

10.3.1.2. A Subcomissão Técnica desclassificará as Propostas Técnicas que não atenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no Edital;

10.3.1.3. Incumbirá à Subcomissão Técnica a elaboração da ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária (envelope n.º 1) e encaminhamento à **CPL**, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que fundamentaram cada caso;

10.3.1.4. De igual forma a Subcomissão Técnica procederá com relação aos materiais contidos no envelope n.º 3, encaminhados à **CPL** de forma idêntica à indicada no subitem 10.3.1.3.

10.3.2. A apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, ocorrerá em sessão pública, observados os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos envelopes n.º 2, contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para determinação de sua autoria;
- c) elaboração de planilha geral da Proposta Técnica (envelope n.º 1 + envelope n.º 3), registrando-se em ata a ordem de classificação e as propostas desclassificadas;
- d) publicação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, com indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, abrindo prazo para interposição de recurso nos termos do art. 109, inc. I, "b" da Lei n.º 8.666/93.

10.3.3. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local para abertura dos envelopes n.º 4, em sessão pública, contendo a Proposta de Preços.

10.3.4. Abertos os trabalhos de julgamento das Propostas de Preços, serão observados os procedimentos abaixo:

- a) abertura dos envelopes n.º 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da **CPL** e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por elas indicada;
- b) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de avaliação das propostas de preços estabelecidos no item 13 deste edital.
- c) Proclamação do resultado do julgamento geral das propostas de preços, envelopes nº 04, registrando-se em Ata as propostas desclassificadas e a respectiva ordem de classificação.



**d)** Publicação do resultado do julgamento final das propostas na Imprensa Oficial do Estado do Paraná, com a respectiva pontuação total das propostas técnicas e de preços e a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pela razão social dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recursos relativos ao julgamento das propostas de preços, conforme disposto no item 15 deste edital e na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei 8.666/93. Na hipótese de todos os licitantes estarem presentes no ato da sessão serão intimados na audiência, constando em Ata, e caso todos concordem com os atos da CPL poderá ser dada continuidade ao certame.

10.3.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a **CPL** convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentação, na data, local e hora a ser designados, do envelope n.º 5, contendo os Documentos de Habilitação.

10.3.5.1. No local, data e hora estabelecidos, a **CPL**, em sessão pública, receberá os envelopes n.º 5 e os abrirá, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente Edital.

10.3.5.2. Se os Documentos de Habilitação da licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final atenderem ao quanto exigido, ela será declarada habilitada e, em decorrência, vencedora da licitação.

10.3.5.3. Caso a primeira classificada no julgamento final seja inabilitada, serão abertos sucessivamente, os envelopes n.º 5 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquela que tenha os Documentos de Habilitação satisfatórios, que será a vencedora do pleito.

10.3.5.4. A decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicada, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do art. 11, inc. XIII da Lei n.º 12.232/10.

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

10.3.6. Os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas ficarão à disposição das mesmas por 30 (trinta) dias contados da data de encerramento da licitação. Decorrido este prazo sem que sejam retirados, o Conselho Regional de Odontologia do Paraná promoverá sua destruição.

## **11. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

11.1. A critério da **CPL**, todas as decisões referentes a esta licitação poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial é obrigatória:

- a) nas reuniões de abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial;



c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **12. IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

12.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 05 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento dos envelopes, de segunda a sexta-feira, das 9h às 17h00 na Sede do Conselho Regional de Odontologia do Paraná, na Avenida Manoel Ribas, 2281, Mercês, Curitiba/PR.

12.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até **dois dias úteis antes da data de recebimento dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços**, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço mencionado no subitem anterior.

12.2.1. Considera-se licitante para efeito do item anterior a empresa que tenha retirado o presente Edital junto ao Conselho Regional de Odontologia do Paraná.

12.3. Eventuais recursos referentes a presente licitação deverão ser interpostos no prazo máximo de cinco dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Presidente do CRO/PR, por intermédio da **CPL**, no endereço mencionado no item **16.6**.

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

12.5. Recebida(s) a(s) impugnação (ões), ou esgotado o prazo para tanto, a **CPL** poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de cinco dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação (ões) a autoridade superior, que decidirá em cinco dias úteis contados de seu recebimento.

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

12.7. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta licitação, em local e horário a serem indicados pela **CPL**.

12.8. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a **CPL** motivadamente, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

## **13. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

13.1. As despesas com o contrato resultante desta licitação, pelos primeiros doze meses, estão estimadas em **R\$ 1.000.000,00 (Hum milhão de reais)**.



13.2. As despesas decorrentes da presente licitação correrão à conta dos recursos orçamentários, previstos na Dotação Orçamentária nº 6.2.2.1.1.01.04.004.021 – Serviços de Assessoria e Consultoria de Comunicação.

13.3. O Conselho Regional de Odontologia do Paraná se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

#### **14. CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

14.1. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir da data da convocação, para assinar o termo de contrato, conforme minuta constante do **Anexo IV**.

14.2. Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, o Conselho Regional de Odontologia do Paraná poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação final, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta licitação, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

14.3. Se a licitante vencedora se recusar a assinar o contrato, o Conselho Regional de Odontologia do Paraná lhe aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93.

14.3.1. O disposto no item anterior não se aplica às licitantes convocadas na forma do item 14.2.

14.4. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de doze meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

14.4.1. Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo do Conselho Regional de Odontologia do Paraná, mediante acordo entre as partes, por até quatro períodos iguais e sucessivos, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

14.5. O Conselho Regional de Odontologia do Paraná poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

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

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

14.8. A contratada deverá prestar esclarecimentos, ao Conselho Regional de Odontologia do Paraná, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.



14.9. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente licitação para qualquer operação financeira.

14.10. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta licitação.

## **15. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS**

15.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das cláusulas 8 e 9 da minuta do contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados.

15.2. A Contratada fará jus à remuneração sobre veiculação a **base de 20%** conforme a lei 4680/65 e decreto 57.690/66 e normas do CENP.

15.3. A forma e as condições de pagamento são as constantes da cláusula 11 da minuta do contrato.

15.4. O pagamento será efetuado mediante depósito em conta corrente bancária a ser indicada pela licitante vencedora.

15.4.1. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao Conselho Regional de Odontologia do Paraná para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido aos Veículos, de sua tabela de preços, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem sempre que possível.

15.4.2. As Notas Fiscais/Faturas devem ser emitidas pelos Veículos e Fornecedores contra o Conselho Regional de Odontologia do Paraná, aos cuidados da licitante vencedora, e conter no histórico, a descrição completa do serviço prestado.

## **16. DISPOSIÇÕES FINAIS**

16.1. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se o Conselho Regional de Odontologia do Paraná tiver conhecimento de fato desabonador à sua habilitação ou à sua classificação, conhecido após o julgamento.

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

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

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

16.5. Correrão por conta do Conselho Regional de Odontologia do Paraná as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua



publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

16.6. Esclarecimentos sobre esta licitação serão prestados pela **CPL** desde que recebidos até cinco dias antes da data prevista para a apresentação dos envelopes contendo as Propostas, protocolizados de segunda a sexta-feira, das 9h às 16h30, no seguinte endereço: Avenida Manoel Ribas, 2281, Mercês, Curitiba/PR, ou pelo e-mail [contabilidade@cropr.org.br](mailto:contabilidade@cropr.org.br) e endereçados ao Presidente da Comissão.

16.7. Cópia deste Edital está disponibilizada no endereço eletrônico: **[www.cropr.org.br](http://www.cropr.org.br)** e poderá ser retirado no endereço e horário indicado no item 16.6.

16.8. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Modelo de Procuração;
- c) Anexo III: Planilha de Preços Sujeitos a Valoração;
- d) Anexo IV: Minuta de Contrato.

Curitiba, 16 de Agosto de 2019.

---

**DR. WELLINGTON MENYRVAL ZAITTER, CD**  
Presidente da Comissão Permanente  
de Licitação do CRO/PR

## ANEXO I

### BRIEFING

#### Introdução

O *Briefing* é um resumo informativo, preliminar ao planejamento e à criação publicitária, que contém, de forma precisa e completa, clara e objetiva, todas as informações que a Entidade deve fornecer à Agência, para orientar o trabalho. É um documento de orientação básica às agências de propaganda que desejam participar da licitação que está se instalando, no município, para a contratação de serviços de publicidade. É com base no *Briefing* que vai se desenvolver todo o Plano de Comunicação da campanha.

#### 1. Conselho Regional de Odontologia do Paraná – CRO-PR

O CRO-PR é uma autarquia federal, criada pela Lei 4.624/64, que tem como principal função estabelecer os parâmetros do exercício dos profissionais da área de Odontologia.

#### 2. Missão

Promover a valorização dos profissionais da área de Odontologia e a defesa do direito à saúde bucal da sociedade. Além de promover a Assistência da saúde em benefício da população, e em consonância com os direitos do cidadão.

#### 3. Serviços CRO-PR

- Fiscalizar o exercício profissional;
- Prestar consultoria e assessoria de informações técnicas e jurídicas da área odontológica;
- Promover e apoiar cursos, eventos científicos, palestras e congressos.

#### 4. Atribuições

Fiscalizar o exercício da atividade odontológica; - Inscrever e habilitar os profissionais inscritos (Cirurgião Dentista, Técnico em Saúde Bucal, Auxiliar de Saúde Bucal, Técnico em Prótese Dentária, Auxiliar de Prótese Dentária) - Expedir deliberações que se tornem necessárias para fiel interpretação e execução da Lei definindo ou modificando atribuições e competências dos profissionais inscritos; - Colaborar com autoridades sanitárias para uma melhor qualidade de vida do cidadão; - Zelar pela saúde bucal pública, promovendo a difusão da assistência odontológica no Estado do Paraná.

#### 5. O Relacionamento com a sociedade

O CRO-PR defende a valorização dos profissionais inscritos. O CRO-PR promove campanhas de orientação em saúde bucal, voltadas à prevenção e tratamento de doenças como: cárie, câncer bucal, periodontia entre outras, no mesmo foco de abordagem da Organização Mundial de Saúde. Na mídia o CRO-PR defende a importância dos inscritos da área odontológica na orientação à população sobre tudo o que se refere à odontologia e advento aos que não têm habilitação técnica ao exercício profissional.

A fim de estreitar o seu relacionamento com seus públicos – inscritos e população – o CRO-PR pretende realizar campanhas publicitárias de esclarecimento.

#### 6. Briefing de Comunicação



Planejamento, criação, produção, mídia e controle de campanhas institucionais e publicitárias com foco no aumento da presença digital do CRO-PR e na valorização do profissional odontológico perante a sociedade.

### **7. A valorização da comunicação**

É fundamental o CRO-PR consolidar uma política de comunicação eficaz para proporcionar à sociedade e aos profissionais uma resposta imediata de atuação e ações. A integração com esses públicos é um dos caminhos desta política. E para que isso se consolide é necessário que o CRO-PR esteja sempre alerta aos acontecimentos do mundo da Odontologia, como forma de dar respostas imediatas, sempre que necessário, seja por meio de publicidade institucional ou informações noticiosas.

Em alguns casos, as iniciativas do CRO-PR devem ser voltadas para a sociedade em outros exclusivamente para o profissional, mas o público alvo está sempre no Paraná. Assim, é necessário manter uma base de informação constante sobre as realizações, execução de programas, concretização de projetos de interesse da comunidade e estratégias para a valorização profissional.

Para ampliar a comunicação com os profissionais inscritos e a sociedade, o Conselho Regional de Odontologia Estado do Paraná – CRO-PR precisa:

- Ampliar as atividades de comunicação e aumentar a sua presença na mídia;
- Divulgar suas atividades junto aos seus diversos públicos;
- Manter a sua boa imagem ou até melhorá-la perante a opinião pública.

### **8. Objetivos**

- \* Valorizar os profissionais da Área Odontológica e Acadêmicos de odontologia;
- \* Sensibilizar a população sobre a importância da saúde bucal;
- \* Esclarecer sobre as atividades das novas especialidades tais como: Odontologia Hospitalar, Odontologia do Esporte, Acupuntura, Odontologia do Trabalho entre outras.

É preciso reinventar-se para acompanhar a velocidade da informação. O CRO-PR acompanha esta evolução sem perder o foco nos profissionais da área odontológica e na sociedade. Portanto, é preciso manter as categorias e a sociedade atualizadas de tal maneira que ambas possam valorizar, cada vez mais, a importância do papel desempenhado pelos profissionais inscritos no CRO/PR.

### **9. Justificativa**

A atuação do profissional da área odontológica é ampla e, em alguns casos, desconhecida pela população.

### **10. Desafio**

O desafio é apresentar uma campanha de comunicação para a sociedade que seja, clara, objetiva, precisa, criativa, sem perder foco na imagem de entidade representante da categoria odontológica, com foco na saúde bucal da população. O tema sugerido é **“Como melhorar a imagem do CRO/PR para os próprios inscritos, os Cirurgiões Dentistas e demais profissionais da área Odontológica”**.

### **11. Orçamento**

A campanha terá duração de 30 dias na Praça de Curitiba e o valor total a ser utilizado é de R\$ 200.000,00 (Duzentos mil reais).



## ANEXO II

### MODELO DE PROCURAÇÃO

#### **Outorgante**

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.).

#### **Outorgado**

O representante devidamente qualificado

#### **Objeto**

Representar a outorgante na Concorrência Pública **Nº 01/2019**

#### **Poderes**

Apresentar propostas e, se for o caso, documentação, participar de sessões públicas de abertura de propostas e documentos de habilitação, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

..... - ..,.....de ..... de 2019

#### EMPRESA CARGO E NOME

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

**ANEXO III****MODELO DE CARTA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

<b>I – Identificação da empresa emitente</b>	
Nome da empresa	
Número do CNPJ	
<b>ITEM</b>	<b>ESPECIFICAÇÃO</b>
	a) Desconto relativo aos custos internos da agência, com base na tabela de preços do SINAPRO-PR em vigência.  <b>Valor: .....%</b> (valor por extenso: ..... por cento)
	b) Percentual de desconto sobre os honorários a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros. (sobre a comissão de 15%):  b1) Excluem-se custos referentes à produção de peças e matérias cuja confecção ou distribuição proporcione a licitante o desconto de remuneração de agência concedido pelos veículos de comunicação, conforme Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.  <b>Valor:.....%</b> (valor por extenso:.....por cento)

1. Prazo de validade desta proposta: \_\_\_\_ **dias** (Mínimo 60 dias).
2. Declaramos que estamos de pleno acordo com todas as condições e exigências do edital e seus anexos.
3. Declaramos que os valores apresentados englobam todos os custos operacionais da atividade, incluindo fretes, seguros, tributos incidentes, bem como quaisquer outras despesas, diretas e indiretas.

Local e data.

---

Assinatura do representante legal

Nº. RG ou CPF/MF

**ANEXO IV**

Contrato n.º...../2019

**MINUTA DO CONTRATO DE  
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS  
PUBLICITÁRIOS ENTRE O CONSELHO  
REGIONAL DE ODONTOLOGIA DO  
PARANÁ e A (razão social da licitante  
vencedora). Concorrência Pública n.º  
01/2019**

**CONTRATANTE: CONSELHO REGIONAL DE ODONTOLOGIA DO PARANÁ**, com sede na \_\_\_\_\_, n.º \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_, estado de \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º \_\_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_\_, portador da cédula de identidade RG n.º \_\_\_\_\_, expedida pela \_\_\_\_\_, inscrito no CPF(MF) sob o n.º \_\_\_\_\_, doravante designada **CONTRATANTE**.

**CONTRATADA: (razão social da licitante vencedora)**, com sede na \_\_\_\_\_, n.º \_\_\_\_\_, na cidade de \_\_\_\_\_, estado de \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º \_\_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_\_, portador da cédula de identidade RG n.º \_\_\_\_\_, expedida pela \_\_\_\_\_, inscrito no CPF(MF) sob o n.º \_\_\_\_\_, doravante designada **CONTRATADA**.

**RESOLVEM** celebrar o presente Contrato, para prestação de serviços publicitários, a serem realizados na forma de execução indireta, mediante as cláusulas e condições seguintes:

**1. LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS**

1.1. O presente Contrato reger-se-á pelas disposições nos termos da Lei n.º 12.232/2010 e, complementarmente, pelas Leis n.º 4.680/65 e n.º 8.666/93 com alterações posteriores e pelas disposições deste Edital.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste Contrato e a ele se integram, o Edital de **Concorrência Pública** n.º 01/2019 e seus Anexos, bem como as Propostas apresentadas pela **CONTRATADA**.

**2. OBJETO**

2.1. A presente contratação destina-se à prestação de serviços publicitários previstos no item 2.2.

2.2. A prestação de serviços publicitários ora contratados, compreende:

a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;



- b) 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;
- c) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- d) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.3. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 2.2, alíneas “a”, “b” e “c”;
- b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

### 3. VIGÊNCIA

3.1. O presente Contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por até quatro períodos iguais e sucessivos, nos termos do art. 57, inc. II da Lei nº 8.666/93.

### 4. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. As despesas decorrentes deste Contrato, nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ \_\_\_\_\_(\_\_\_\_\_).

4.2. As despesas referidas no item 4.1 correrão à conta da Dotação Orçamentária nº 6.2.2.1.1.01.04.04.004.021 – Serviços de Assessoria e Consultoria de Comunicação.

4.3. Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação do Contrato, consignará nos próximos exercícios, em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento das despesas previstas.

4.4. A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu exclusivo critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

### 5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Realizar - com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato, observadas as especificações estabelecidas pela **CONTRATANTE**.

5.1.3. A seu critério, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz e/ou filiais para serviços de criação e de produção, bem como de outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições ora acordadas.

5.1.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior.

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

5.1.5.1. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.



5.1.5.2. Serão transferidas à **CONTRATANTE**, as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

5.1.6. Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

5.1.6.1. Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela **CONTRATANTE**, nos termos do disposto no art. 14 da Lei n.º 12.232/10.

5.1.6.2. As propostas dos fornecedores serão coletadas, pela **CONTRATADA**, em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela **CONTRATANTE**, sempre que o fornecimento do bem ou serviço tiver valor superior a 0.5% (cinco décimos por cento) do valor total do Contrato.

5.1.6.3 Caso o fornecimento seja igual ou inferior a R\$ 35.200,00 (Trinta e cinco mil e duzentos reais), a **CONTRATADA** esta dispensada do procedimento previsto no subitem 5.1.6.2 deste contrato.

5.1.6.4. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

5.1.7. Obter a aprovação prévia e expressa da **CONTRATANTE**, para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.

5.1.8. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.

5.1.8.1. A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a **CONTRATADA** ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à **CONTRATANTE** este vínculo e obter sua aprovação.

5.1.9. Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 15 (quinze) do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.

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

5.1.11. Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.12. Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.

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

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

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

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



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

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

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

5.1.18. Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.

5.1.19. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção do Contrato.

## **6. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

6.1. Constituem obrigações da **CONTRATANTE**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

6.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

6.1.2. Comunicar, por escrito, à **CONTRATADA**, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;

6.1.3. Fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

6.1.4. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

6.1.5. Notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;

6.1.6. Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

6.1.7. Abrir, na internet, um site próprio para divulgação das informações sobre a execução deste Contrato, conforme disposto no art. 16 e parágrafo único, da Lei n.º 12.232/10.

6.1.8. As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgados em site aberto pela **CONTRATANTE**, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.

6.1.9. A **CONTRATADA** inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

## **7. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

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

7.1.1. A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor contratual, servidor devidamente designado pela **CONTRATANTE**, que terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.



7.1.1.1. Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao gestor contratual verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da contratação de fornecedores e aos honorários devidos à **CONTRATADA**.

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

7.3. A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e às expensas dos fornecedores e veículos por eles responsáveis.

7.4. A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por contratados por ela diretamente, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

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

7.6. A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

7.7. A **CONTRATANTE** realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela **CONTRATADA**, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

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

## **8. REMUNERAÇÃO**

8.1. Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:

8.1.1. Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição **não** proporcione à **CONTRATADA** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o subitem 9.1.

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

8.1.2. Desconto de ..... (..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de \_\_\_\_\_, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA**.

8.1.3. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

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



8.3. Despesas com deslocamento de profissionais da **CONTRATADA**, ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da **CONTRATANTE**, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela **CONTRATADA**, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela **CONTRATANTE**.

8.4. A **CONTRATADA** não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela **CONTRATANTE**, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este Contrato.

## **9. DESCONTO DE AGÊNCIA**

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

9.2. Os frutos dos planos de incentivos eventualmente concedidos pelos veículos de divulgação, para todos os fins de direito, constituem receita própria da **CONTRATADA**, nos termos do disposto no art. 18 da Lei n.º 12.232/10.

## **10. DIREITOS AUTORAIS**

10.1. A **CONTRATADA** cede à **CONTRATANTE** os direitos patrimoniais do autor das idéias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste Contrato.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula 8 deste Contrato.

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a **CONTRATADA** solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**.

10.2.1. A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/Contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela **CONTRATANTE** em cada caso.

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

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

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

10.4.1. Que a **CONTRATANTE** poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em Betacam e em DVD, mediante ajuste dos custos envolvidos.



10.4.2. A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência deste Contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

## **11. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

11.1. O pagamento será efetuado mensalmente, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela **CONTRATADA**, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da **CONTRATANTE**, a/c da **CONTRATADA**.

11.2. O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a **CONTRATADA** informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, o qual ocorrerá até o 7º (sétimo) dia útil, após aceitação das Notas Fiscais/Faturas da seguinte forma:

11.2.1. Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até trinta dias após o mês de veiculação;

11.2.2. Produção e execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

11.2.3. Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados por ocasião da solicitação de cada serviço.

11.3. Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº ...../2019 e a manifestação de aceitação do gestor contratual:

11.4. Será checado sempre que possível no meio TV, referente às inserções feitas nas praças e veículos.

11.5. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a **CONTRATANTE**, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.5.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.6. A **CONTRATANTE** não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

11.7. Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela **CONTRATADA**, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela **CONTRATANTE**.

11.7.1. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.7.2. A **CONTRATADA** apresentará à **CONTRATANTE** um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

## **12. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

12.1. A inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro de execução ou mora na execução, sujeitará a **CONTRATADA** às seguintes penalidades:

I. Advertência;



II. Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 10 % (dez por cento);

III. Multa de 5 % (cinco por cento), sobre o valor atualizado deste Contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração a quaisquer outras de suas cláusulas.

IV. Suspensão temporária de licitar e contratar com o Conselho Regional de Odontologia do Paraná pelo prazo de até 2 (anos) anos;

V. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada.

12.2. A critério da **CONTRATANTE**, as sanções previstas nos incisos "I", "IV" e "V" do item 12.1, desta cláusula, poderão ser aplicadas juntamente com as previstas nos incisos "II" ou "III", facultada a defesa prévia da **CONTRATADA**, no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

12.3. Aplicar-se-á advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação.

12.4. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei n.º 8.666, de 1993.

12.5. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

12.6. A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação pela **CONTRATADA**.

### **13. RESCISÃO**

13.1. O presente Contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.

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

13.3. Em caso de cisão, incorporação ou fusão da **CONTRATADA** com outras agências de propaganda, caberá à **CONTRATANTE** decidir sobre a continuidade do presente Contrato.

13.4. A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará à **CONTRATADA** direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

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

### **14. DISPOSIÇÕES GERAIS**

14.1. A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Autorregulamentação Publicitária, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.



14.2. A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

14.3. O presente Contrato poderá ser denunciado e, em consequência, encerrado unilateralmente pela **CONTRATANTE**, após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência, mediante notificação por escrito à **CONTRATADA**, com antecedência mínima de sessenta dias.

14.4. Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

14.5. A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste Contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente - não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

#### **15. CASOS OMISSOS**

15.1. Os casos omissos relacionados a este Contrato regular-se-ão pelos preceitos de Direito Público, aplicando-se-lhes, supletivamente, os princípios da teoria geral dos Contratos e as disposições de Direito Privado, na forma dos arts. 54 e 55, inciso XII, da Lei n.º 8.666, de 1993, bem como a legislação indicada no preâmbulo do presente Contrato.

#### **16. FORO**

16.1. As questões decorrentes da execução deste Contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça de Curitiba, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justas e acordadas, assinam o presente Contrato em duas vias de igual teor e forma.

Curitiba ,..... de ..... de 2019