



**MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**Secretaria Municipal de Abastecimento e Almoxarifado Central**  
**Comissão Permanente de Licitação**

Fones: (41) 3420-6003 (41) 3420-2739  
Site: [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) e-mail: [cpl@pmpgua.com.br](mailto:cpl@pmpgua.com.br)

**A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DESIGNADA PELOS DECRETOS Nº 2608/2015 E 3007/2015, PELO PRESENTE, TORNA PÚBLICO OS ESCLARECIMENTOS FORMULADOS PELAS EMPRESAS INTERESSADAS EM PARTICIPAR DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2015, QUE TEM POR OBJETO A “CONTRATAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE”, PARA O MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ, CONFORME SEGUE:**

**Processo Administrativo: 30.030/2015**

1. “De acordo com o edital da Licitação, subitem 5.1, as licitantes deverão solicitar esclarecimentos mediante solicitação por escrito por carta ou ofício, fax ou e-mail. Entretanto, o subitem 5.1.2, não deixou claro onde as respostas serão publicadas ou encaminhadas. As mesmas estarão na página da prefeitura ou serão enviadas por e-mail?”

**Resposta: Nos termos do item 5.1.1 do Edital de Licitação “os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante”. Visando conferir maior publicidade, as respostas dos questionamentos serão disponibilizadas na Internet, no site da Prefeitura, em seu Portal da Transparência, e ainda, enviadas aos interessados por e-mail e publicadas no Diário Oficial do Município.**

2. De acordo com subitem 9.1.1.1.1, o envelope Nº 1, padronizado será entregue pela Secretaria Municipal de Licitações. Qual será o prazo para retirada do mesmo? As licitantes podem retirar o invólucro até um dia antes da data estabelecida para entrega das propostas ou até mesmo no dia de abertura?

**Resposta: Os envelopes padronizados poderão ser retirados pelas licitantes no horário das 09 horas às 11 horas ou das 14 horas às 17 horas e trinta minutos (item 9.1.1.1.1 do Edital), até o dia anterior da data da sessão pública do certame.**

3. De acordo com subitem 11.2.4.1, as licitantes deverão se atentar para as dimensões do invólucro nº 1, para acondicionar os exemplos da idéia criativa. Qual é a dimensão deste invólucro padronizado?

**Resposta: A dimensão do invólucro padronizado é 238Mm X 338Mm.**

4. Conforme subitem 11.3.3 as licitantes deverão apresentar campanha publicitária no item Ideia Criativa. Com as peças deverá constar também a relação prevista com a especificação de cada peça e à explicação das funções táticas. A relação e a explicação devem ser apresentadas após a Estratégia de Comunicação, junto com os demais textos, ou devem ser apresentadas junto com as peças? Como as licitantes devem proceder?

**Resposta: Sugerimos ler atentamente o item 11 do Edital de Licitação, que traz adequado tratamento à matéria. Em especial, o item 11.2 do Edital de Licitação estabelece que o**



**MUNICIPIO DE PARANAGUÁ**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**Secretaria Municipal de Abastecimento e Almoarifado Central**  
**Comissão Permanente de Licitação**  
Fones: (41) 3420-6003 (41) 3420-2739  
Site: [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) e-mail: [cpl@pmpgua.com.br](mailto:cpl@pmpgua.com.br)

“Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma: em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda; capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco; conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato; margens: de 3 cm a esquerda e 2 cm a direita, de 3 cm na parte superior e 2 cm na parte inferior; títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos; espaçamento “simples” entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos; alinhamento justificado do texto; texto e numeração de páginas em fonte “arial”, cor preta, tamanho “12 pontos”, observando o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3; numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos; sem identificação do licitante” (sublinhamos).

5. De acordo com o subitem 11.3.3.2, as licitantes poderão apresentar materiais da idéia criativa em CD ou DVD sem qualquer identificação. Fica, portanto a critério das licitantes a escolha do tipo e cor do CD/DVD. Para fins de padronização, é correto afirmar que as referidas mídias deverão ser apresentadas em folhas de ofício?

**Resposta:** Sugerimos ler atentamente o item 11 do Edital de Licitação, que traz adequado tratamento à matéria. Em especial, o item 11.2 do Edital de Licitação estabelece que o “Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma: em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda; capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco; conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato; margens: de 3 cm a esquerda e 2 cm a direita, de 3 cm na parte superior e 2 cm na parte inferior; títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos; espaçamento “simples” entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos; alinhamento justificado do texto; texto e numeração de páginas em fonte “arial”, cor preta, tamanho “12 pontos”, observando o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3; numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos; sem identificação do licitante” (sublinhamos).

6. No subitem 11.3.3.3, alínea a), o edital determina que os exemplos de peças da Ideia Criativa sejam limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça. Entretanto, o subitem 11.3.3.2, diz que se a campanha proposta previr número de peças superior ao que pode ser apresentado fisicamente, as licitantes deverão apresentar uma relação com as demais, mas sem apresentar layout. Essa relação extra deverá constar no plano de mídia e demais custos?

**Resposta:** Sugerimos ler atentamente o item 11 do Edital de Licitação, que traz adequado tratamento à matéria. Em especial, o item 11.2 do Edital de Licitação estabelece que o “Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma: em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda; capa e



**MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**Secretaria Municipal de Abastecimento e Almoxarifado Central**  
**Comissão Permanente de Licitação**

Fones: (41) 3420-6003 (41) 3420-2739  
Site: [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) e-mail: [cpl@pmpgua.com.br](mailto:cpl@pmpgua.com.br)

contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco; conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato; margens: de 3 cm a esquerda e 2 cm a direita, de 3 cm na parte superior e 2 cm na parte inferior; títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos; espaçamento “simples” entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entre títulos e entre parágrafos; alinhamento justificado do texto; texto e numeração de páginas em fonte “arial”, cor preta, tamanho “12 pontos”, observando o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3; numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos; sem identificação do licitante” (sublinhamos). Quanto aos custos, a interpretação conjunta do item 11.3.4.3 do Edital de Concorrência Pública nº 003/2015-CPL, com item 9 do seu briefing, revela que a campanha simulada deverá ser desenvolvida observando-se o limite de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) destinado para a mesma. Todos os custo de criação, produção veiculação e remuneração legal de agência, deverão estar contidos nesta verba durante um mês de campanha, a exceção dos custos internos, dos honorários sobre todos os serviços de fornecedores, e caso devido, o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, os quais deverão ser desconsiderados.

7. As peças que compõem a Ideia Criativa, poderão conter apliques em suas impressões que sejam recomendados para elucidar melhor a idéia proposta pela licitante?

**Resposta: Sugerimos ler atentamente o item 11.3.3 do Edital de Licitação, que traz adequado tratamento da matéria.**

8. De acordo com subitem 11.5, Capacidade de Atendimento, a licitante deverá apresentar os documentos em caderno específico. Esse caderno deverá ser apresentado separado do repertório e relatos? Todos deverão ser apresentados separadamente? O tipo de encadernação destes itens fica a critério das licitantes, já que se tratam de vias identificadas?

**Resposta: Sugerimos ler atentamente o item 11 do Edital de Licitação, que traz adequado tratamento da matéria. Em especial, o item 11.5 exige caderno específico para a “Capacidade de Atendimento”, enquanto o item 11.7 exige caderno específico para o “Repertório”. O Edital de Licitação não exige tipo específico de encadernação para os quesitos “Capacidade de Atendimento” e “Repertório”.**

9. De acordo com o edital da Licitação, subitem 11.2, as licitantes deverão apresentar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada com suas páginas numeradas a partir da primeira página interna. A numeração deverá ser inserida no canto inferior direito? Qual o local padrão para que todas as licitantes apresentem de forma uniforme?

**Resposta: Nos termos do item 11.2 do Edital de Licitação, o Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada deverá ter numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.**



**MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**Secretaria Municipal de Abastecimento e Almoxarifado Central**  
**Comissão Permanente de Licitação**  
Fones: (41) 3420-6003 (41) 3420-2739  
Site: [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) e-mail: [cpl@pmpgua.com.br](mailto:cpl@pmpgua.com.br)

**10.** De acordo com subitem 11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia, os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigente na data de publicação do Aviso de Licitação. Qual foi a data de publicação do aviso no Diário Oficial? Se a campanha teste prevê o mês de setembro, deve-se descartar os valores do mês relativo da campanha para tomar como base o mês em que o aviso foi publicado? É correto também afirmar que os custos apresentados no plano de mídia deve ser com base no valor total sem retirar o BV das agências?

**Resposta: Nos termos das alíneas “a” e “b” do subitem 11.3.4.3 do Edital de Licitação, os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação, dos quais devem ser desconsiderados “o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965” e “os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores”. O Aviso de Licitação foi publicado no Diário Oficial do Município no dia 06.08.2015.**

**Processo Administrativo: 30.031/2015**

**11.** O item 13.1 do edital que trata da apresentação e elaboração da Proposta de Preços, diz no subitem “a” que a proposta deverá ser apresentada em caderno único, e no subitem “b” diz que deverá ser elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 13.2 e 13.3. Poderia a comissão de licitação esclarecer o formato correto de apresentação da Proposta de Preços?

**Resposta: Nos termos do item 13 do Edital de Licitação, a Proposta de Preços deverá ser apresentada em caderno único, composto por dois documentos distintos, quais sejam a Planilha de Preços Sujeitos a Valoração (subitem 13.2) e a Declaração prevista no subitem 13.3.**

**12.** O item 14.4.1 do edital apresenta uma tabela que servirá para cálculo dos pontos de cada quesito a ser valorado na proposta de preço. É correto afirmar que o máximo de pontos possíveis de ser atingidos pelas licitantes é de 87 (oitenta e sete) pontos?

**Resposta: A nota máxima somada na Proposta de Preços é de 87 (oitenta e sete) pontos. A nota máxima possível, após a aplicação da fórmula é de 96,10 pontos.**

**13.** Em relação ao subitem “a” do item 16.2.3 que trata da Qualificação Técnica das licitantes, quantas declarações no mínimo deverão ser apresentadas?

**Resposta: Deverá ser apresentada no mínimo uma declaração.**

**14.** No subitem “b” do item 16.2.3 que trata da Qualificação Técnica das licitantes, é exigido a apresentação de Cópia Autenticada do Certificado de Qualificação Técnica exigido pelo CENP. No entanto, a partir de Dezembro de 2014 o CENP adotou o Certificado de Qualificação



**MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**Secretaria Municipal de Abastecimento e Almoxarifado Central**  
**Comissão Permanente de Licitação**  
Fones: (41) 3420-6003 (41) 3420-2739  
Site: [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) e-mail: [cpl@pmpgua.com.br](mailto:cpl@pmpgua.com.br)

Técnica Eletrônica que pode ser impresso através do site da entidade. Poderia a comissão de licitação retificar esse item no edital?

**Resposta: Conforme informações obtidas na página oficial do Conselho Executivo das Normas – Padrão (CENP) na Internet, existe a possibilidade de validação do Certificado de Qualificação Técnica Eletrônico, online, mediante o preenchimento do número do CNPJ da empresa e do código de validação que se encontra no rodapé do Certificado, abaixo das imagens das Entidades Fundadoras, no seguinte endereço eletrônico: [http://www.cenp.com.br/certificacao/certificado\\_online.php?site=agencias](http://www.cenp.com.br/certificacao/certificado_online.php?site=agencias).**

15. No item 16.2.5 do edital, é solicitado a apresentação dentro do Invólucro 5 as declarações conforme modelos constantes nos Anexos II e IV. Ocorre que no Anexo II consta modelo de Procuração que será apresentado na primeira sessão como forma de credenciamento do representante da licitante. É necessário apresentar novamente esse documento do Invólucro 5?

**Resposta: Nos termos do subitem 16.2.5 do Edital de Licitação, a licitante também deverá incluir no Invólucro n. 5 declarações elaboradas conforme os modelos constantes dos Anexos II e IV.**

16. Caso a licitante vencedora do presente Certame possua sede ou filial na cidade de Curitiba, deverá ela manter estrutura física de atendimento na cidade de Paranaguá?

**Resposta: As licitantes interessadas em participar da Concorrência Pública n. 003/2015 deverão atender todas as exigências editalícias, em especial a prevista no item 5.1.33 da Minuta do Contrato.**

17. No item 5.1.33 da Minuta do Contrato, consta a exigência de estruturação de um Núcleo de Mídia para atuar dentro da Prefeitura, onde deverá manter no mínimo 01 diretor de mídia, 01 coordenador e 04 assistentes. Essa exigência é realmente necessária para o atendimento da conta?

**Resposta: Conforme disposto e previsto na minuta do contrato administrativo, anexo ao Edital supra, em sua Cláusula Quinta, subitem 5.1.33.4, há que se considerar para montagem da equipe com o mínimo dos profissionais indicados, visando e primando pela qualidade na prestação do serviço que se busca, objeto do presente procedimento licitatório.**

18. No item 9.2 da Minuta do Contrato consta a seguinte informação: “A contratada deverá repassar a Contratante ¼ (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que fizer jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação”. Tal exigência está em desconformidade com o Anexo B das Normas do CENP que trata do Sistema Progressivo de Serviços/ Benefícios, conforme segue:

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO ANUAL EM
-----------------------------------	-----------------------------------



**MUNICIPIO DE PARANAGUÁ**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**Secretaria Municipal de Abastecimento e Almoxarifado Central**  
**Comissão Permanente de Licitação**

Fones: (41) 3420-6003 (41) 3420-2739  
Site: [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) e-mail: [cpl@pmpgua.com.br](mailto:cpl@pmpgua.com.br)

	MÍDIA DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil
De R\$ 2.500.000,00 a R\$ 7.500.000,00	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00	Até 3% (três por cento) do investimento bruto
De R\$ 25.000.000,01 em diante	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

Poderia a Comissão de Licitação retificar esse item no edital?

**Resposta:** Nos termos do subitem 1.11 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, elaborada e regulamentada pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, temos o conceitual do que vem a ser “desconto padrão”, senão vejamos: *“1.11. Desconto padrão de Agência ou simplesmente Desconto Padrão: é a remuneração da Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciante, na forma de percentual estipulado pelas Normas-Padrão, calculado sobre o “Valor Negociado”. Por conseqüência, temos ainda no subitem 1.10 a definição para “valor negociado”, sendo este “o valor fixado na lista pública de preços dos Veículos de Comunicação, já deduzidos os descontos comerciais”.*

Ainda, seguindo com a leitura da referida Normas-Padrão encontramos o subitem 6.4, o qual diz que “é facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus com o respectivo Anunciante, observados os parâmetros contidos no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS, os quais poderão ser revistos pelo Conselho Executivo do CENP”.

Remissivamente, temos que o Anexo B – Sistema Progressivo de Serviços/ Benefícios da citada Normas-Padrão elenca uma tabela gradativa de percentual negociável do desconto-padrão de agência a ser aplicado sobre o investimento bruto do anunciante, sendo que não há percentual negociável nos casos de investimento bruto anual em média de até R\$ 2.500.000,00.

Desta forma, tendo-se por base e parâmetro a tabela acima mencionada, e o valor da contratação que se vislumbra através da Concorrência Pública n. 03/2015, no máximo estimado de R\$ 1.700.000,00, de fato, não haveria motivo para constar tal inserção de item na cláusula referente ao repasse de ¼ (um quarto) do valor correspondente, haja vista já ter sido incluída no item 9.1, a qual faz menção expressa ao desconto de agência, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/55, a qual rege as presentes contratações.

Por fim, saliente-se que os editais de licitação, por lei, devem conter a minuta de contrato, no qual deverá constar previsão sobre a remuneração, inclusive a referente ao desconto-



**MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**Secretaria Municipal de Abastecimento e Almoxarifado Central**  
**Comissão Permanente de Licitação**  
Fones: (41) 3420-6003 (41) 3420-2739  
Site: [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) e-mail: [cpl@pmpgua.com.br](mailto:cpl@pmpgua.com.br)

**padrão, quando for o caso, utilizando-se da tabela constante no Anexo B da mencionada Normas Padrão.**

**Processo Administrativo nº. 31.395/2015.**

**19.** Diz no Edital: Edital 11.3.4.3 c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os servidores de fornecedores. Diz do Briefing: 9 – VERBA A campanha simulada deverá ser desenvolvida observando-se o limite de R\$ 150.000,00 (cem e cinquenta mil reais) destinado para a mesma. Todos os custos de criação, produção, veiculação e remuneração legal da agência, deverão estar contidos nesta verba durante um mês de campanha. Pergunta:

- 1) Qual o item que vale, para efeitos da licitação, uma vez que são contraditórios entre ambos?
- 2) Devem ser considerados os custos internos de criação da agência?  
Se for para considerar, qual é o parâmetros para cálculo de custos de referência, uma vez que o edital não traz a Tabela de Custos internos de Referência do Sindicato das agências de Propaganda do Paraná (Sinapro), a qual deverá ser fornecida?
- 3) Ou deve se desconsiderar os custos interno, conforme o item 11.3.4.3?
- 4) Devem ser considerados os custos de produção (de fornecedores) para o material sugerido na campanha simulada para efeitos da licitação?

**Resposta: A interpretação conjunta do item 11.3.4.3 do Edital de Concorrência Pública nº 003/2015-CPL, com item 9 do seu briefing, revela que a campanha simulada deverá ser desenvolvida observando-se o limite de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta reais) destinado para a mesma. Todos os custo de criação, produção veiculação e remuneração legal de agência, deverão estar contidos nesta verba durante um mês de campanha, a exceção dos custos internos, dos honorários sobre todos os serviços de fornecedores, e caso devido, o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art.11 da Lei 4.680/65, os quais deverão ser desconsiderados.**

**Processo Administrativo nº 32.077/2015**

20. No “item 9 do anexo Briefing” diz:

“9 – VERBA

A campanha simulada deverá ser desenvolvida observando-se o limite de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) destinado para a mesma. Todos os **custos de criação**, produção, veiculação e remuneração legal da agência, deverão estar contidos neta verba durante um mês de campanha.”

**Pergunta:** Referente aos custos de **criação** citados acima, é se por estes valores entende-se:



**MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**Secretaria Municipal de Abastecimento e Almoarifado Central**  
**Comissão Permanente de Licitação**

Fones: (41) 3420-6003 (41) 3420-2739  
Site: [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) e-mail: [cpl@pmpgua.com.br](mailto:cpl@pmpgua.com.br)

- 1) Como sendo os honorários de agência, conforme tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Paraná (SINAPRO); ou;
- 2) Como sendo os custos gerais de criação e não os honorários de agência;

**Resposta:** A interpretação conjunta do item 11.3.4.3 do Edital de Concorrência Pública nº 003/2015-CPL, com item 9 do seu briefing, revela que a campanha simulada deverá ser desenvolvida observando-se o limite de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) destinado para a mesma. Todos os custos de criação, produção, veiculação e remuneração legal de agência, deverão estar contidos nesta verba durante um mês de campanha, a exceção dos custos internos, dos honorários sobre todos os serviços de fornecedores, e caso devido, o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, os quais deverão ser desconsiderados.

**Pergunta:** No “item 11.3.4.3 Nessa situação – Letra a)” do Edital diz:

11.3.4.3 Nessa simulação:

a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de **tabela cheia**, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

**Pergunta:**

É obrigatório apresentar as tabelas dos Veículos (**tabela cheia**) para que fique comprovado o preço apresentado na simulação?

**Resposta:** Na salvaguarda do procedimento licitatório, exsurge o princípio da vinculação, previsto no art. 41, da Lei 8.666/90, que tem como escopo vedar à administração o descumprimento das normas contidas no edital. Sob essa ótica, o princípio da vinculação se traduz na regra de que o instrumento convocatório faz lei entre as partes, devendo ser observados os termos do edital até o encerramento do certame. Assim sendo, para o certame, somente é obrigatória a apresentação dos documentos expressamente exigidos pelo Edital.

**Paranaguá, 05 de Outubro de 2015**

---

SHEILA DA ROSA MARIA  
Presidente C.P.L.

---

Raul da Gama e Silva Luck  
Membro C.P.L.

---

CRISTIANNE MARIA GOMES TAVARES DO NASCIMENTO  
Membro C.P.L.