



## TERMO DE REFERÊNCIA

A Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás - PA, pessoa jurídica de direito público, devidamente escrito no CNPJ-MF 01.613.321/0001-24, com sede na Rua Tancredo Neves, S/N – Canaã dos Carajás – PA CEP: 68537-000, representado neste ato pelo Sr.º Roberto Andrade Moreira, Secretário Municipal de Governo, resolve formalizar a seguinte Solicitação para fins licitatórios, com o objeto mais abaixo discriminado, amparado Legalmente pela Lei Federal Nº 10.520, DE 17 DE JULHO DE 2002, que Institui, no âmbito da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, nos termos do art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, modalidade de licitação denominada pregão, para aquisição de bens e serviços comuns, e dá outras providências. Regulamentada pelo DECRETO Nº 5.450, DE 31 DE MAIO DE 2005, Regulamenta o pregão, na forma eletrônica, para aquisição de bens e serviços comuns, e dá outras providências. Pelo Decreto Municipal de n.º 1125/2020 de 03 de Abril de 2020, que Regulamenta o Pregão, na forma presencial e eletrônica, para aquisição de bens e serviços comuns, inclusive serviços comuns de engenharia, e o uso da dispensa eletrônica, no âmbito do Município de Canaã dos Carajás, Decreto Municipal nº. 686 de 05 de agosto de 2013 - "Regulamento do Registro de Preços". Lei complementar 123/2006 e suas alterações posteriores e a Lei 8.666/1993 Geral das Licitações de 21 de junho de 1993 e suas alterações posteriores.

### 1.OBJETO:

O objeto deste processo licitatório é a contratação de serviços especializados em comunicação social e publicidade, prestados por meio de Agências de Propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários, inclusive através da internet, de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás, através de sua Assessoria de Comunicação (ASCOM/PMCC);

1.1 Também integram o objeto desta concorrência. os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada;
- b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente à determinada ação publicitária;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias contratadas.

1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'b' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- a) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato;
- b) possibilitar a avaliação dos resultados alcançados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.2 Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominadas agência, licitante ou contratada.

1.1.3 Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.



ESTADO DO PARÁ  
PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS

1.1.4 A agência atuará por ordem e conta da ASCOM, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores bens e de serviços especializados.

1.1.5 É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços compreendidos no objeto do edital.

## 2. JUSTIFICATIVA:

Todo Governo, em qualquer instância, tem por obrigação tornar públicos seus atos oficiais, programas de atendimento à população, bem como todas as informações necessárias ao exercício do controle social. Não é só um dever do Estado, mas um direito dos cidadãos. É um dos cinco princípios da Constituição Federal da administração pública, seja municipal, estadual ou federal.

A administração tem de agir dentro da lei, ter moralidade, ser eficiente, impessoal e, por força da Lei Magna, precisa divulgar, "dar publicidade", às suas ações. A publicidade, neste sentido, é um instrumento de transparência da gestão pública, para dar validade aos atos oficiais e para que o cidadão possa exercer o controle social, usando como arma contra o mal uso do dinheiro público apurando como efetivamente suas necessidades está sendo atendidas.

A Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás tem desenvolvido diversas ações de interesse público. E para o cidadão, além das ações, o acesso a informações sobre as mesmas é essencial para o exercício pleno da cidadania. A divulgação institucional é instrumento capaz de favorecer de forma significativa o acesso da população aos seus direitos administrados como atividade-fim da Prefeitura.

Visando à adequação das ações de comunicação à atividade finalística da Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás, o tema das campanhas, o assunto, o conteúdo informativo e de valores e a própria integração da Administração Pública devem sobressair sempre à autopromoção.

Dessa forma, a comunicação publicitária contribui para missão de fortalecer o poder público municipal e aproximá-lo do cidadão, para favorecer uma gestão mais responsável, responsiva e socialmente efetiva.

A contratação de agência de publicidade, que consiga agregar em seus serviços qualidade técnica a menor custo, trará ganhos para a municipalidade por oferecer condições que permitirão dar ainda maior visibilidade aos temas e campanhas, permitindo uso racional dos recursos destinados a este fim.

## 3 - META FISICA

3.1. Viabilizar a realização de eventos de festividades e manifestações culturais do Município de Canaã dos Carajás - PA.

## 3. DETALHAMENTO DO OBJETO

### 3.1 OS SERVIÇOS PREVISTOS NESTE TERMO IRÃO CONTEMPLAR:

- a) O planejamento, conceituação, concepção de campanhas para o público externo, a serem definidas em cada solicitação da ASCOM, durante toda a vigência do contrato.
- b) Criação, roteirização, pré-produção, produção técnica, finalização, implementação, intermediação e supervisão da produção de todas as peças planejadas e propostas.



- c) A sugestão, a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- d) Planejamento de mídia e não-mídia para a campanha interna e externa, independentemente da utilização ou não dos planos sugeridos.
- e) Produção de todas as peças sugeridas.
- f) A consultoria na distribuição das peças produzidas conforme o plano de mídia e não-mídia.
- g) Reuniões presenciais ou remotas com a equipe da Assessoria de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás/PA, para aprovação.
- h) A entrega, para fins de arquivo, de duas cópias (impressas e gravadas em mídia digital) de todo o material produzido.

#### **4. BENEFÍCIOS DIRETOS E INDIRETOS QUE RESULTARÃO DA CONTRATAÇÃO:**

Em virtude da necessidade da Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás de contar com apoio e ferramentas de planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, a contratação de uma (01) empresa de publicidade trará os seguintes benefícios:

##### **4.1 BENEFÍCIOS DIRETOS**

- Suporte técnico e operacional competente e adequado para o planejamento, a criação e o desenvolvimento de estratégias publicitárias;
- Condições de contar com serviços capazes de fornecer produtos e serviços nas áreas de publicidade e de propaganda com agilidade e com qualidade, o que contribui para qualificar a imagem da instituição junto sociedade;
- Possibilidade de obter descontos importantes para os orçamentos das campanhas e ações pontuais com base em negociações com fornecedores e empresas do mercado publicitário e de comunicação;
- Melhor qualidade das ações pontuais e das campanhas publicitárias implementadas pela Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás devido à capacidade das empresas fornecedoras de oferecerem trabalho de profissionais experientes no atendimento das demandas da municipalidade;
- Maior agilidade na conclusão das peças publicitárias e mesmo das estratégias relacionadas em virtude do conhecimento das ferramentas disponíveis no mercado pelos técnicos disponibilizados para o atendimento da Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás;
- Produção de peças e campanhas atentas às exigências de padrões e parâmetros preestabelecidos, que auxiliarão a manter o funcionalismo municipal assim como a todos os municípios, devidamente informados sobre temas, ações e debates de interesse da cidade e do cidadão.

##### **4.2 BENEFÍCIOS INDIRETOS**

- Os serviços a serem contratados serão de fundamental importância para atender às exigências de publicidade, lavradas em lei, além de manter o cumprimento da missão da Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás, de otimização dos serviços, satisfação dos usuários e rapidez no atendimento das demandas populares, sempre em benefício da cidadania.

#### **5. INFORMAÇÕES SOBRE CANAÃ DOS CARAJÁS**



### 5.1 ASPECTOS HISTÓRICOS

- O Município de Canaã dos Carajás, localizado no sudeste do Estado do Pará, foi originado em um assentamento agrícola denominado Projeto de Assentamento Carajás, implantado a partir de 1982 pelo Governo Federal, com o objetivo de atenuar os conflitos pela posse da terra na região, principalmente na área conhecida como Bico do Papagaio. Ao longo de três anos, 1.551 famílias foram assentadas na área que ficou conhecida como Centro de Desenvolvimento Regional - CEDERE. Até 1985, 816 famílias haviam recebido o título definitivo de terra. Porém, naquele mesmo ano, as atividades de assentamento dos sem-terra terminam e o GETAT foi extinto. Só em 5 de outubro de 1994, através da Lei Estadual 5.860, o CEDERE é desmembrado de Parauapebas e vira município - o de Canaã dos Carajás.
- Seu nome tem origem bíblica e significa 'Terra Prometida.' A escolha é resultado da grande quantidade de evangélicos que moram na cidade.
- Canaã dos Carajás que teve uma formação basicamente agropecuária, com sua economia girando em torno da cultura do arroz, milho e feijão, além da criação de gado bovino de corte, hoje abre-se para novos rumos em razão da descoberta das jazidas de cobre, níquel e ferro em seu território, no final do milênio passado.
- Desde então, o município passou a receber trabalhadores para a implantação das minas e indústrias relacionadas.
- A mina de Sossego, de onde se extrai o cobre, iniciou suas atividades em 2003. Em 2011 teve início a construção da mina denominada S11D, de onde, a partir do final de 2016, começou a maior exploração de minério de ferro do mundo. Em 2018, a expectativa de produção é de 50 a 55 milhões de toneladas. Em 2019, a previsão é de 70 a 80 milhões, atingindo a capacidade de 90 milhões de toneladas em 2020.
- Assim, o município se divide entre sua vocação agropecuária original com a mineral, mais recentemente descoberta e em franca expansão.

### 5.2 ASPECTOS POPULACIONAIS

- Segundo dados coletados pelo IBGE, os 10.992 habitantes contados no censo de 2000, passaram a somar 26.716 em 2010 e hoje, em 2020, são estimados 38.103 canaãenses, como são chamados os habitantes de Canaã dos Carajás. É um surpreendente incremento de aproximadamente 247%. Para se ter uma ideia do que isto representa, no mesmo período o crescimento populacional do Brasil foi de pouco menos de 23%, enquanto a população do Estado do Pará cresceu pouco mais de 37%.
- Esse crescimento é resultado direto da instalação e início da operação da mina de Cobre do Sossego a partir de 2000, que mobilizou a população de Canaã e de várias partes do território paraense e do Brasil, em busca de trabalho.
- A Prefeitura Municipal, por meio da sua Secretaria de Saúde, no ano de 2014, realizou pesquisa que resultou em dados populacionais bem mais expressivos que aqueles estimados pelo IBGE/DPE. Segundo este estudo o município se apresenta com população residente de 62.134 habitantes, trata-se de diferença percentual da ordem de 57% entre as duas pesquisas.

### 5.3 ASPECTOS URBANOS E ADMINISTRATIVOS

- O município de Canaã dos Carajás passou por forte ciclo de obras de infraestrutura urbana no ano de 2003, depois que a empresa Vale, em 2002, assinou acordos de parceria com a Prefeitura Municipal para investimentos diversos. A planta da Mina de Cobre do Projeto Sossego teve sua inauguração em 2004.
- Com o crescimento populacional gigantesco, o município de Canaã dos Carajás acabou crescendo vertiginosamente e de forma desordenada durante mais de uma década, deixando de ser uma localidade



pacata com atividade econômica exclusivamente rural, para ser uma área de extremo interesse por conta da prosperidade oriunda da indústria extrativa mineral.

- Apesar dos avanços, muito ainda precisa ser feito para garantir uma melhor qualidade de vida a todos os canaãenses. A Prefeitura continuará o trabalho, avançando cada vez mais, através dos diversos programas de investimentos e assistência social.

#### **6 - LOCAL DE EXECUÇÃO:**

6.1. A montagem das estruturas necessárias para cada tipo de evento deverá ser realizada nos locais indicados pela assessoria de comunicação da Prefeitura e assessoria de comunicação do Fundo Municipal de Educação, e Assessoria de Comunicação, Fundo Municipal de Meio Ambiente, Fundo Municipal de Desenvolvimento Social e Fundo Municipal de SAÚDE de Canaã dos Carajás conforme quantidades e especificações indicadas na ordem de serviços.

#### **7. VIGÊNCIA:**

7.1 O contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por períodos iguais e sucessivos, nos termos do art. 57, inc. II da Lei n.º 8.666/93.

#### **8. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

8.1 Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

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

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

8.4 Comprovar, no prazo máximo de 45 (quarenta e cinco) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possuem em CANAÃ DOS CARAJÁS-PA, escritório com estrutura de atendimento compatível com a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

8.5 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, podendo usar a estrutura da matriz como suporte para esse atendimento.

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

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

8.8 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.

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



ESTADO DO PARÁ  
PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS

- 8.10 Buscar apresentar, sempre que possível, 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas idôneas de reconhecida qualificação técnica.
- 8.11 Se não houver possibilidade ou necessidade de obter 03 (três) propostas de preços, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes.
- 8.12 Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 8.13 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.
- 8.14 Obter a aprovação prévia e expressa da CONTRATANTE para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.
- 8.15 Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.
- 8.16 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.
- 8.17 As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgadas em site aberto pela CONTRATANTE, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.
- 8.18 A CONTRATADA inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.
- 8.19 Entregar à CONTRATANTE, até o dia 05 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.
- 8.20 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 8.21 Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 8.22 Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.
- 8.23 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.
- 8.24 Assumir os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência dos serviços 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.
- 8.25 Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 8.26 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.



8.27 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.

8.28 Responder solidariamente por qualquer ação judicial movida contra a CONTRATANTE por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, quando relacionadas com os serviços objeto deste Contrato autorizados pela CONTRATADA.

8.29 Sujeitar-se a mais ampla e irrestrita supervisão, no que tange ao objeto do presente contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.

8.30 Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças Publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após o encerramento do contrato.

## 9. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

9.1 Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

9.2 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

9.3 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;

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

9.5 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

9.6 Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas o cumprimento deste Contrato;

9.7 Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quais que débitos de sua responsabilidade.

## 10. REMUNERAÇÃO E DESCONTO

10.1 Conforme proposta apresentada no transcorrer do processo licitatório, a contratada será remunerada da seguinte forma:

10.2 Para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros), a CONTRATADA será remunerada de acordo com a tabela de preços vigente, do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, considerando sobre os referidos valores o desconto não inferior a 50% (cinquenta por cento)

10.3 De honorários, no percentual máximo de 10% (dez por cento) incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados.

10.4 De honorários, no percentual máximo de 5% (cinco por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou o custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se-á a contratação ou pagamento do serviço e/ou de suprimento.



10.5 Além da remuneração acima prevista, a contratada fará jus ao desconto padrão de agência, concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei. 4.680/65.

10.6 Pertencem à CONTRATANTE as vantagens, incluindo eventuais desconto e bonificações, na forma de tempo espaço ou reaplicações obtidas pela CONTRATADA em negociações efetuadas com veículos de comunicação e fornecedores.

10.7 O Reajuste de preços dos serviços executados pelo pessoal e/ou com recurso próprios da Agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros), considerando a hipótese de prorrogação de sua vigência, ocorrerá mediante a atualização da tabela de preços publicada pelo Sindicato das Agência Propaganda do Estado do Pará.

## 11 DIREITOS AUTORAIS

11.1. A CONTRATADA cede a CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das Ideias (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.

11.2 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas neste termo de referência.

11.3 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.

11.4 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.

11.5 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 80% (oitenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

11.6 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.

11.7 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:

11.8 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.

## 12. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:

12.1 As propostas técnicas serão avaliadas por uma Subcomissão Técnica, que verificará as mesmas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

12.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:



### 12.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

#### 12.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

#### 12.2.1.2 Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a consistência técnica da Estratégia de Comunicação Publicitária e a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- c) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- d) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;
- e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

#### 12.2.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios de comunicação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base no investimento disponível.

#### 12.2.1.4 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação Publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) o conhecimento consistente dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos alvo da campanha publicitária;
- d) a proposição adequada no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba estabelecida para a campanha, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

### 12.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.



ESTADO DO PARÁ  
PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS

24.2.3 Quesito 3 – Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas ao disposto no item 14.2 e seus subitens.

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

Quesitos/Subquesitos	Pontos
1 - Plano de Comunicação Publicitária	65
I - Raciocínio Básico	10
II - Estratégia de Comunicação Publicitária	25
III - Ideia criativa	20
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2 - Capacidade de Atendimento	15
3 - Repertório	10
4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima total	100

12.3.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 13.5.1 e 13.6.2 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 14.3.2.

12.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal.



12.3.4 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3.4.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.3.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 11.5 deste Edital.

12.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro Identificado;
- b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco por cento) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.

12.5.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

12.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da melhor Proposta Técnica, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista de divulgação do resultado, para a qual deverão ser convocados os licitantes ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma da lei e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

### **13. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

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

13.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo IV do Edital, ressalvado que, nos termos do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, não serão aceitos:

- a) percentual de desconto inferior a 40% (quarenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Pará;
- b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) e inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados contratados junto a fornecedores, com a



intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material criado pela agência;

- c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) e inferior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados contratados junto a fornecedores, quando sua responsabilidade se limitar à sua contratação e pagamento.

13.3 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

13.4 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 13.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Permanente de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

13.5 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

#### **14. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

14.1 O julgamento das propostas de preços será realizado pelo somatório dos pontos auferidos de acordo com os fatores de pontuação a seguir discriminados. Será atribuída a pontuação máxima de 100 (cem) pontos à proposta de preços. A Nota de Preços (NP) corresponderá a 20% (vinte por cento) da Nota Final (NF), apurada da seguinte forma:

a) Até 50 (cinquenta) pontos, pelo desconto sobre os custos internos, com base na Tabela vigente de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, na razão de 1 (um) ponto para cada 1% (um por cento) de desconto sobre a referida tabela, limitado o desconto a 50% (cinquenta por cento) do valor da Tabela;

b) Até 25 (vinte e cinco) pontos, pelo desconto sobre os honorários devidos sobre os custos de produção realizada por terceiros especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, na razão de 5 (cinco) pontos para cada 1% (um por cento) de desconto sobre os 15% (quinze por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto;

c) Até 25 (vinte e cinco) pontos, pelo desconto sobre os honorários devidos sobre o custo de produção realizada por terceiros especializados, quando a responsabilidade da licitante se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento na prestação de serviços e de suprimentos externos, na razão de 5 (cinco) pontos para cada 1% (um por cento) de desconto sobre os 10% (dez por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto.

14.2 Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras Licitantes.

14.3 Não se admitirá proposta que apresente preço global ou unitário simbólico, irrisório ou de valor zero, ou incompatível com os preços de mercado ou em desacordo com as Normas Padrão estabelecidas pelo CENP.

14.4. O prazo para execução e instalação dos serviços será determinado na ordem de serviços.

14.5. As instalações, desinstalações, montagem, desmontagem, suprimentos, combustível, mão de obra, licenças do corpo de bombeiro, correrá por conta da contratada.

14.6. O prazo para da execução de serviços de locação de tendas e sonorização da planilha descritiva devere ser de no máximo 12 horas, a partir da emissão da ordem de serviços



14.7. O prazo para prestação de serviços de divulgação volante ( carro de som) deverá ser executado imediatamente, a partir da emissão da ordem de serviços.

14.8. O prazo para execução dos demais itens será de ate 24 horas.

## 15. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

15.1. Comprovação de que a contratada forneceu itens compatíveis em características com o objeto da licitação através da apresentação de, no mínimo, a 01 (um) atestado de desempenho anterior, fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, comprobatório da capacidade técnica para atendimento ao objeto da presente licitação.

## 16. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

16.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no Edital ou dele decorrentes:

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

16.3. Realizar, com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos, todos os serviços relacionados com o objeto deste Edital, observadas especificações estabelecidas pela CONTRATANTE.

16.4 Comprovar, no prazo máximo de 45 (quarenta e cinco) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possuem em CANAÃ DOS CARAJÁS/PA, escritório com estrutura de atendimento compatível com a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

16.5. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior, podendo usar a estrutura da matriz como suporte para esse atendimento.

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

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

16.8. 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.

16.9. Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições, em especial as constantes dos artigos 14 e 15 da Lei 12.232/2010.

16.10. Buscar apresentar, sempre que possível, 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas idôneas e de reconhecida qualificação técnica.

16.11. Se não houver possibilidade ou necessidade de obter 03 (três) propostas de preços, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes.

16.12. Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto do contrato.

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



ESTADO DO PARÁ  
PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS

- 16.14. Obter a aprovação prévia e expressa da CONTRATANTE para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com o Contrato.
- 16.15. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços complementares, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.
- 16.16. 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.
- 16.17. As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgadas em imprensa oficial pela PMP, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.
- 16.18. A CONTRATADA inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.
- 16.19. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 05 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
- 16.20. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 16.21. Não caucionar ou utilizar o Contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 16.22. Manter, durante a execução do Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.
- 16.23. 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.
- 16.24. Assumir os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência dos serviços objeto do 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.
- 16.25. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 16.26. 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 Contrato.
- 16.27. 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. No caso de não recolhimento dos valores devidos a CONTRATANTE, fica autorizada a efetuar retenções de futuros pagamentos devidos às CONTRATADAS (Acórdão TCU 3301/2015-Plenário).
- 16.28. Responder solidariamente por qualquer ação judicial movida contra a CONTRATANTE por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, quando relacionadas com os serviços objeto do Contrato autorizados pela CONTRATADA.
- 16.29. Sujeitar-se a mais ampla e irrestrita supervisão, no que tange ao objeto do contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.



16.30. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após o encerramento do contrato.

## 17. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

17.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste Edital ou dele decorrentes:

17.2. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

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

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

17.6 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

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

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

## 18. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

18.1. Pela inexecução total ou parcial do Contrato, resultante deste processo licitatório, ou pelo descumprimento dos prazos e demais obrigações assumidas, a PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS/PA poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à contratada as sanções a seguir relacionadas:

I - Advertência, por escrito;

II - Multa;

III - Suspensão temporária do direito de participar de licitações e impedimento de contratar com a PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS/PA, por prazo não superior a 02 (dois) anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

18.2. As sanções de advertência e de impedimento de licitar e contratar com a PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS/PA poderão ser aplicadas à contratada, juntamente com a de multa, descontando-a dos pagamentos a serem efetuados.

18.3 A aplicação de multa ocorrerá da seguinte maneira:

18.4. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, nas hipóteses de rescisão contratual por inexecução total do contrato, caracterizando-se quando houver reiterado descumprimento de obrigações contratuais, quando a entrega dos serviços for inferior a 50% (cinquenta por cento) do contratado ou quando o atraso ultrapassar o prazo limite de trinta dias.

18.4. Será aplicada multa de 0,03 % (três centésimos por cento) por dia de atraso na execução dos serviços, incidentes sobre o valor dos serviços a que se referir a infração, aplicada em dobro a partir do 10º (décimo) dia de atraso até o 30º (trigésimo) dia, quando a PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS/PA poderá decidir pela continuidade da multa ou rescisão contratual, aplicando-se na hipótese de rescisão as penalidades previstas nos referidos subitens II e III, sem prejuízo da aplicação das demais cominações legais.

18.5 Será aplicada multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato quando não for apresentado pela contratada no momento das medições, os comprovantes de pagamento da folha de funcionários referentes à



**ESTADO DO PARÁ**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS**

execução dos serviços, bem como da não apresentação dos comprovantes de recolhimento do INSS e FGTS no ato da apresentação das notas fiscais, sem prejuízo das demais penalidades previstas no contrato.

18.6 As multas previstas nos subitens 20.2.1 a 20.2.3 do Edital deverão ser recolhidas pela contratada no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, em favor da PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS/PA, contado a partir da notificação recebida, ficando a contratada obrigada a comprovar o pagamento, mediante a apresentação da cópia do recibo do recolhimento efetuado.

18.7. Decorrido o prazo previsto para recolhimento da multa, o débito será acrescido de 1% (um por cento) de juros de mora por mês/fração, inclusive referente ao mês da quitação/consolidação do débito, limitado o pagamento com atraso em até 60 (sessenta) dias após a data da notificação, após o qual, o débito poderá ser cobrado judicialmente.

18.8 No caso de a contratada ser credora de valor suficiente ao abatimento da dívida, a PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS/PA poderá proceder ao desconto da multa devida na proporção do crédito.

18.9. Se a multa aplicada for superior ao total dos pagamentos eventualmente devidos, a contratada responderá pela sua diferença, podendo esta ser cobrada judicialmente.

18.10. As multas não têm caráter indenizatório e seu pagamento não eximirá a contratada ser acionada judicialmente pela responsabilidade civil derivada de perdas e danos junto à PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS/PA, decorrentes das infrações cometidas. 20.4. Além das penalidades citadas, a contratada ficará sujeita, ainda, ao cancelamento de sua inscrição no cadastro de fornecedores da PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS/PA e, no que couber, às demais penalidades referidas no Capítulo IV da Lei nº 8.666/93.

18.11. As penalidades referidas no Capítulo IV, da Lei nº 8.666/93 estendem-se às licitantes participantes deste processo licitatório.

18.12. Comprovado o impedimento ou reconhecida a força maior, devidamente justificados e aceitos pela PREFEITURA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS/PA, em relação a um dos eventos aqui arrolados, a contratada ou participante deste processo licitatório ficará isenta das penalidades mencionadas.

## **19 DAS ESPECIFICAÇÕES MINIMAS**

19.1. Os serviços a serem fornecidos deverão obedecer vigorosamente às exigências do edital e da proposta a que se vinculam, devendo a licitante executá-los com a qualidade e segurança necessárias à natureza da atividade, ressaltando que é necessária a manutenção das medições de habilitação durante toda a execução do contrato, em especial quanto às licenças de operação e de funcionamento da empresa, em razão da natureza do serviço a ser realizado, quando o serviço não corresponder ao exigido, será recusado juntamente com notificação do problema e deverá ser substituído conforme necessidade da unidade, sem qualquer ônus para a instituição contratante.

## **20 . RESPONSABILIDADES DO CONTRATANTE**

20.1. Rejeitar todos e quaisquer serviços que não atendam aos requisitos constantes nas especificações na planilha descritiva;

20.2. Efetuar o pagamento na forma e no prazo estabelecido no Contrato e/ou Empenho.

## **21 - PENALIDADES**

21.1. . A licitante vencedora está sujeita à multa de 0,3% (zero vírgula três por cento) sobre o valor total do contrato por dia por descumprimento de obrigações fixadas neste termo de referência. A multa tem de ser recolhida pela licitante vencedora no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da comunicação.



21.2. Pela inexecução total ou parcial do objeto deste Pregão, a Administração poderá garantir a prévia defesa, aplicar à licitante vencedora as seguintes sanções:

- > Advertência;
- > Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto contratado, recolhida no prazo de 15 (quinze) dias, contado da comunicação oficial;
- > Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar mm a Administração, pelo prazo de até 05 (cinco) anos.

21.3. Ficará impedida de licitar e de contratar com a Administração Pública, pelo prazo de até 05 (cinco) anos, garantido o direito prévio da citação e da ampla defesa, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, a licitante que:

- Deixar de assinar o contrato;
- Ensejar o retardamento da execução do objeto deste termo de referência;
- Comportar-se de modo inidôneo;
- Fizer declaração falsa;
- Cometer fraude fiscal;
- Falhar ou fraudar na execução do contrato.

21.4. As sanções de advertência e de impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública poderão ser aplicadas à licitante vencedora juntamente com a de multa, descontando-a dos pagamentos a serem efetuados

### 23 - DO VALOR

23.0 valor máximo proposto pela Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás para a aquisição é de R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais)

### 24. ORIGEM DO RECURSO:

As despesas serão pagas com os recursos próprios.

UNIDADE ORÇAMENTARIA.: 10.03 Secretaria Municipal de Governo

04.122.1315.2.010 Realizar Publicidade de Ações Desenvolvidas pelo Governo

Classificação Econômica: 3.3.90.39.00.00.00 OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JURIDICA

Fonte 1561

SUBELEMENTO 3.3.9.0.39.90.00 Serviços DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais)

### 25 - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

25.1 Despesas decorrentes de veiculação: O pagamento dos serviços efetivamente prestados por terceiros será realizado diretamente ao veículo de comunicação, após o aceite dos serviços, de acordo com as respectivas autorizações de divulgação emitidas pela CONTRATANTE, no prazo 5 dias, condicionados à apresentação dos seguintes documentos:

- a) Fatura do veículo de comunicação, contendo o valor bruto da despesa, parcela referente a comissão da contratada, valor líquido, mencionando ainda o número da autorização de veiculação emitida pela CONTRATADA.
- b) Tabela de preços do veículo para demonstrar a procedência dos valores a serem pagos
- c) Comprovante de veiculação, exibição das peças publicitárias.

25.2 Despesas decorrentes de produção/ contratação de terceiros o pagamento à CONTRATADA das despesas resultantes da execução do contrato, no tocante aos procedimentos de produção e contratação de terceiros, ocorrerão de acordo com as autorizações de produção validadas pela CONTRATANTE, num prazo de 5 dias após a entrega do material/serviço. Deve-se considerar no processo os seguintes documentos:



- a) Nota fiscal/ fatura da agência que especifique com clareza o serviço autorizado, mencionando o número da autorização de produção emitida pela CONTRATADA e validada pela CONTRATANTE.
- b) Cópia da nota de terceiro, expedida em nome da CONTRATADA.
- c) Cópia/modelo/layout/peça que represente o produto contratado que foi entregue.

25.3 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, seguindo os seguintes prazos:

- a) Veiculação: em prazo não inferior a trinta dias após o mês de veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e dos veículos, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação;
- b) Produção: em prazo não inferior a trinta dias após o mês de produção, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e dos fornecedores, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes;
- c) Outros serviços realizados por terceiros: nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e dos fornecedores e respectivos comprovantes.

## 26. DA VIGÊNCIA

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 períodos iguais e sucessivos, nos termos do art. 57, inc. II da Lei n.º 8.666/93.

Roberto Andrade Moreira  
Secretaria Municipal de Governo – SEGOV  
Portaria n.º 016/2021- GP



## BRIEFING CANAÃ DOS CARAJÁS.

### PREMISSAS

As premissas básicas da comunicação social da Prefeitura de Canaã são:

1. Informar a população das ações, obras e atos da prefeitura municipal e seus órgãos de administração direta e indireta.
2. Atuar na formação de uma cultura de participação popular e democratização da informação e dos processos de gestão.
3. Atuar como mediadora entre os órgãos da Prefeitura, seus gestores e a sociedade, contribuindo para a resolubilidade das questões da cidade e de sua gente.
4. Integrar-se aos objetivos estratégicos da administração municipal, como ferramenta auxiliar e transversal de planejamento e gestão.
5. Divulgar os atos administrativos e as mensagens de interesse da gestão municipal.

### DESAFIOS

Estabelecidas as premissas da comunicação da Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás, a Comissão de Licitação apresenta as tarefas que vão nortear esta concorrência, como forma de avaliar as agências participantes:

1. Apresentar uma campanha publicitária institucional completa, que ofereça uma solução para o desafio de comunicação que será exposto no Cenário apresentado adiante.
2. Apresentar uma estratégia para a divulgação, publicação e difusão dessa campanha e de suas mensagens, em todos os meios possíveis e disponíveis, incluindo mídia on-line, off-line e na chamada não-mídia, indicando como potencializar cada um deles.
3. Apresentar orçamento detalhado, especificando dotações para as áreas de veiculação, produção interna e externa para a campanha, incluindo, se necessário, quadro com valores de veiculação (mês, produto, nome da campanha, descrição e objetivo, período, fornecedor, número de inserções, valor unitário e valor total); e de produção (mês, produto, nome da campanha, período, descrição do serviço, fornecedor, valor unitário e valor global).

### CAMPANHA

A campanha requerida como desafio desta concorrência deverá atender aos seguintes objetivos:

1. Apresentar à sociedade o projeto da estrada Transcarajás, suas características e potencialidades, caracterizando-o como uma obra fundamental para que o município de Canaã ganhe relevância no mapa da logística estadual e nacional. Demonstrando como e por que a cidade deixa de ser um ponto final para se tornar um ponto de partida no desenvolvimento do sudeste paraense.
2. Destacar o protagonismo da Prefeitura de Canaã dos Carajás, na busca de novos eixos de crescimento para o município. A prefeitura se antecipou a outros projetos, como o que tramita no Congresso Nacional, fazendo com recursos próprios um trecho da estrada, além de conseguir o apoio do Governo do Estado para estendê-la até Tocantins. Essa iniciativa beneficia não apenas Canaã, como também outros municípios da região.
3. Demonstrar a importância da estrada para que Canaã, desde já, busque novos caminhos de desenvolvimento que vão além da mineração, diversificando sua economia com um investimento que tem impactos positivos na agricultura, pecuária e turismo, estímulos ao setor de serviços, além de promover a integração da região sudeste, beneficiar a logística e gerar milhares de empregos diretos e indiretos.



4. Conectar o projeto da rodovia à visão de futuro da Prefeitura de Canaã, demonstrando como obras estruturantes como essa estão preparando o município para o grande crescimento econômico que virá, em primeiro lugar com o incremento da produção mineral e, mais tarde, com a diversificação da economia local.

## CENÁRIO

As estradas sempre ajudaram a escrever capítulos importantes da história. Os antigos romanos eram pródigos em fazer estradas e transformá-las em ferramentas de expansão, conquista, domínio, desenvolvimento e mobilidade. Antes deles, o pioneirismo dos persas deixou uma herança de conhecimentos muito bem aproveitada pelos egípcios, que literalmente pavimentaram o caminho das pedras. Sim, aquelas pedras usadas na construção das pirâmides, conectando passado e futuro.

O mundo mudou, os meios de transporte evoluíram, os modelos de produção se modernizaram, mas as estradas mantiveram suas funções de origem, além de ganhar ainda mais importância. As rodovias são como artérias da economia moderna, um modal decisivo no caminho do desenvolvimento, que passa necessariamente pelo transporte de pessoas e de cargas, pela integração de cidades, pela segurança dos povos e pelo acesso os lugares mais distantes.

As estradas são tão decisivas, que fazem falta onde deveriam estar presentes - mas nem sempre estão. Em Canaã dos Carajás, uma dessas lacunas está sendo preenchida: a construção da rodovia

Transcarajás, um antigo sonho da população municipal, que há décadas se mobiliza para que a cidade deixe de ser um ponto final e se torne ponto de partida rumo ao desenvolvimento do sudeste do Pará, assumindo seu papel estratégico no crescimento da região.

A Transcarajás se incorpora à malha rodoviária brasileira com funcionalidades que contribuem para a economia e o desenvolvimento da região e do próprio país, em busca de rotas alternativas de integração e logística desde que se tornou predominantemente rodoviarista a partir do século XX.

O projeto da Rodovia Transcarajás liga Canaã dos Carajás, no Pará, ao município de Araguaína, no estado do Tocantins. É dividido em dois trechos. No primeiro, são 48 km de Canaã até o posto 70, na BR -155, entre Eldorado dos Carajás e Xinguara, cujas obras já estão em andamento. No segundo, a rodovia cruza a BR-155 e chega a Araguaína (TO).

Essa estrada vai estimular uma nova perspectiva de relações comerciais e sociais de Canaã com outras cidades, antes restritas a Parauapebas, Curionópolis e Eldorado, agora estendidas aos municípios de Xinguara, Sapucaia, Ourilândia, Água Azul do Norte de São Felix do Xingu.

Um projeto que melhora a vida das pessoas que residem e trabalham na área de influência da estrada. Encurta distâncias e tempo de viagem. Melhora o conforto para quem antes usava estradas vicinais não pavimentadas, com pontes inseguras e estreitas, fonte de poeira no verão e lama no inverno.

A Transcarajás proporcionará mais velocidade e segurança no escoamento da produção, o que poderá atrair novos investidores para o sudeste paraense. Melhora o fluxo de carretas e caminhões que saem da região sudeste do Pará rumo ao Tocantins. Representará uma economia de quase 200 km no acesso ao nordeste brasileiro, com impacto nos preços dos fretes e das mercadorias. Tem tudo para se transformar no maior corredor econômico da região sudeste do estado, em benefício do agronegócio e de atividades incipientes como a apicultura e a aqüicultura, além de favorecer o turismo.

A iniciativa da Prefeitura de Canaã, desde a gestão anterior, incrementada na atual gestão, demonstra a compreensão pelo poder público municipal de que economia e transporte compõem um binômio indissociável e as obras estruturantes são fundamentais para a construção do futuro. Estradas são alicerces do crescimento de



idades e regiões. Servem de impulso ao desenvolvimento local, na sua origem e destino, como também influenciam na melhoria das cidades existentes no trajeto, atraindo negócios e fortalecendo as finanças locais.

Para não perder a referência da história que usamos no início, pode-se dizer que a Transcarajás está para Canaã como a Via Appia está para Roma, guardadas as devidas proporções. Transformada hoje em uma das mais importantes rotas turísticas do mundo, a Via Appia foi palco e testemunho da expansão do antigo Império Romano. Chegou a ampliar os horizontes daquele povo, ao conectar-se com o Porto de Brindisi, até hoje conhecido como a Porta do Oriente.

Tal como a antiga Via Appia, a Transcarajás, quando concluída, também servirá a Canaã e outros municípios com uma porta para o resto do Brasil, ao conectar o mais profundo sudeste do Pará com o Rio Araguaia, marcando uma nova fronteira de desenvolvimento e uma rota alternativa de turismo, negócios e transporte de cargas e passageiros. Uma rodovia que, tal como a via romana, entrará definitivamente para a história, tornando plausível reescrever a antiga máxima. Agora, todos os caminhos levam a Canaã.

### **ALCANCE E PÚBLICO-ALVO**

Necessariamente, a campanha deve alcançar todo o Município de Canaã dos Carajás, bem como impactar as pessoas jovens e adultas, de todos os segmentos socioeconômicos.

### **VERBA E PERÍODO**

A campanha deve ser planejada pelas concorrentes com a verba hipotética de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais) em período de veiculação de até 60 (sessenta) dias.

### **RECURSOS DE COMUNICAÇÃO**

É desejável que as agências concorrentes levem em conta, na elaboração de suas estratégias de comunicação publicitária e de mídia e não mídia, que a Prefeitura de Canaã dos Carajás tem como meios próprios de comunicação o seu site internet e perfis de redes sociais no Facebook e Instagram.



**JEFFERSON DE ALMEIDA SILVA**

**ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO**