



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



EDITAL

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 3/2021-001GABIN

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA

O **MUNICÍPIO DE PARAUAPEBAS**, por meio do GABINETE DO PODER EXECUTIVO, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, devidamente designada, leva ao conhecimento dos interessados que fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, sob a forma de execução indireta, pelo regime de empreitada por preço unitário e critério de julgamento por preço global (para até duas Agências de Publicidade), nas condições estatuídas neste Edital e seus anexos, em conformidade com a Lei Federal n.º 12.232/2010 e subsidiariamente pela Lei Federal n.º 8.666/93, Lei Complementar Federal n.º 123/2006 e demais dispositivos legais aplicados à espécie, notadamente pela Lei n.º 4.680, de 18.06.65, Decreto Federal n.º 57.690, de 01/02/66 e Normas Padrão CENP.

LOCAL: MORRO DOS VENTOS, S/Nº, BAIRRO BEIRA RIO II - CIDADE DE PARAUAPEBAS/PA.

DIA: 20 / 12 / 2021

HORÁRIO: 09:00hs

1. DO EDITAL

1.1 - São partes integrantes deste Edital:

1.1.1 - Anexos:

Anexo I - Itens;

Anexo II - Memorial Descritivo; Instruções para elaboração da proposta técnica / apresentação documentação; e Tabela de previsão de demandas;

Anexo II.a - Briefing;

Anexo II.b - Cronograma de Execução

Anexo II.c - Tabela Referencial de Custos Internos 2021B

Anexo III - Planilha de Preços Sujeitos à Valoração

Anexo IV.a - Modelo de Declaração de não emprega menor

Anexo IV.b - Declaração de Enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte;

Anexo V - Minuta de Contrato;

Anexo VI- Recibo de Retirada de Edital - Internet.

2. OBJETO:

2.1. O objeto da presente concorrência é a Contratação de até 2 (duas) agências de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, 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 de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

2.2. ESPECIFICAÇÃO OBJETO:

a) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada;



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



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.

d) Pesquisas e avaliações com a finalidade de:

1) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da ASCOM, o público alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

2) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens veiculadas;

3) possibilitar a avaliação dos resultados alcançados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.3. DETALHAMENTO DO OBJETO:

2.3.1. 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 Parauapebas, para aprovação.

h) A entrega, para fins de arquivo, de duas cópias (impressas e gravadas em mídia digital) de todo o material produzido.

2.4. A prestação dos serviços será executada por até 02 (duas) agências de propaganda como preconiza a lei 12.232/2010, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

2.5. 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.

2.6. As agências atuarão 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.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



2.7. O presente instrumento tem a finalidade de contratar até 2 agências de propaganda, com vista a atender a atual demanda dessa ASCOM que passou por processo de reformulação e atualização no atendimento com a missão de prestar melhor assistência com muito mais agilidade e eficiência, usando formas inovadoras de comunicação e recursos mais tecnológicos presando sempre o respeito ao princípio da publicidade e ao direito a informação

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

2.9. O valor estimado dos serviços é de R\$ 19.635.000,00 (dezenove milhões e seiscentos e trinta e cinco mil reais), cuja dotação orçamentária da Assessoria de Comunicação, na Unidade Gestora Gabinete do Executivo.

3. DATA, HORÁRIO E LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA DE ABERTURA DA CONCORRÊNCIA E DE ENTREGA DOS ENVELOPES: (ENVELOPE Nº 1, 2 e 3-Propostas Técnicas; ENVELOPE Nº 4-Proposta de Preços):

3.1. Os envelopes aqui mencionados deverão ser entregues até às **09:00** do dia **20 de Dezembro de 2021**, na sala da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, localizada na Central de Licitações e Contratos da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, situada no MORRO DOS VENTOS, S/Nº, BEIRA RIO II.

3.2. Não havendo expediente na data marcada ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a entrega dos referidos envelopes dar-se-á no primeiro dia útil subsequente, à hora e local já estabelecidos, desde que não haja comunicação da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO em sentido contrário.

3.3. Serão aceitos envelopes via correio ou qualquer outro meio postal, porém a COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO não se responsabilizará pelos envelopes que, por ventura, não cheguem na hora e local determinados no item 3.1 deste Edital.

3.4. Não serão aceitos e considerados documentos apresentados em desconformidade às condições definidas neste Edital.

3.5. Não serão aceitos, sob qualquer hipótese, a participação de licitante retardatária, salvo sob a condição de ouvinte.

3.6. Não serão aceitos protocolos de entrega ou de solicitação de documento, em substituição aos requeridos neste Edital e seus anexos.

4. RETIRADA, INFORMAÇÕES, ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

4.1. O Edital poderá ser obtido mediante o pagamento de taxa, pelas custas com a reprodução das cópias, no horário das 08h às 14h, na recepção da Central de Licitações e Contratos/PMP, situada na Sede da Prefeitura Municipal de Parauapebas, localizada no Morro dos Ventos s/n., Beira Rio II, Parauapebas (PA), CEP 68.515-000.

4.2. O Edital poderá também ser obtido através dos sites: Portal da Transparência e Tribunal de Contas dos Municípios - TCM.

4.3. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



Propostas, exclusivamente mediante solicitação, de segunda a sexta-feira, das 8h às 14h, na seguinte forma:

- a) protocolizado na Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de Parauapebas;
- b) enviados via email oficial da Central de Licitações e Contratos/PMP: licitacao@parauapebas.pa.gov.br.

4.3.1. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação em até 03 (três) dias úteis, após o recebimento da solicitação.

4.3.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos diretamente aos licitantes através do e-mail: licitacao@parauapebas.pa.gov.br.

4.3.2.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

4.3.3. Às licitantes interessadas cabe consulta à Comissão Permanente de Licitação para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

4.4. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 5 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, de segunda a sexta-feira, das 8h às 14h, na Comissão Permanente de Licitações, localizada no Centro Administrativo da PMP- Morro dos Ventos, S/Nº - Bairro Beira Rio II - Parauapebas - Pará, ou enviados via email oficial da Central de Licitações e Contratos/PMP: licitacao@parauapebas.pa.gov.br; o qual deverá ser julgado e respondido em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

4.5. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem precedente.

4.5.1. Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

4.5.2. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

5. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

5.2. Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura Municipal de Parauapebas;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação, salvo com a devida observância da condicionante, constante da alínea "a", do item 13.2.13;



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



- c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;
- d) estrangeira que não funcione no país;
- e) que estiver reunida em consórcio;
- f) que seja administrada por servidor ou dirigente de órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação ou por empresas cujos sócios, administradores, empregados, controladores pertençam ao quadro da Prefeitura Municipal de Parauapebas, conforme art. 9º, caput, inciso III e § 3º e 4º, da Lei nº 8.666/93.

5.3. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

5.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o envelope padronizado previsto no subitem 7.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de 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.

5.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que a Prefeitura Municipal de Parauapebas não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

6. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

6.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

6.1.1. 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, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou cópia apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

6.1.2. 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, com firma reconhecida em cartório, com poderes para manifestar-se em qualquer fase do processo, ou simples, desde que acompanhada da cópia do documento pessoal do emissor para fins de verificação da autenticidade da correspondente assinatura.

6.1.2.1. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Permanente de Licitação cópia autenticada em cartório, ou cópia simples, desde que acompanhada do original para fim de verificação da autenticidade da mesma, 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.

6.2. 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.



6.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

6.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos envelopes diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 3.1 deste Edital.

7. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Envelopes nº 1, nº 2 e nº 3.

ENVELOPE Nº 1

7.1.1. No envelope nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, de que tratam os subitens 9.2 e 9.3.

7.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Prefeitura Municipal de Parauapebas/PA.

7.1.1.1.1. O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada, a partir do trigésimo dia da publicação deste edital, de segunda a sexta-feira, das 9h às 14h, até o último dia útil anterior a data definida para recebimento das Propostas Técnica e de Preços, na Central de Licitações e Contratos/PMP, situada na Sede da PMP, localizada no Morro dos Ventos s/n., Beira Rio II, Parauapebas (PA), CEP 68.515-000.

7.1.1.1.2. O envelope padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente à Comissão Permanente de Licitação.

7.1.1.2. O **ENVELOPE Nº 1** deverá estar aberto (apenas com a aba dobrada, sem vedação com: cola, lacre, fitas adesivas, ou qualquer outro material, ou seja, **NÃO** poderá estar vedado) e sem rubrica, sem manchas para não diferenciar dos demais.

7.1.1.3. Para preservar - até a abertura do envelope nº 2 - o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o envelope nº 1 não poderá:

- ter nenhuma identificação;
- apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ENVELOPE Nº 2

7.1.2. No envelope nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, de que trata o subitem 9.4.

7.1.2.1. O envelope nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ENVELOPE Nº 2

PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 3/2021-001GABIN

7.1.2.2. O envelope nº 2 deverá ser 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, não sendo permitido o uso de couro, courino, madeira e metal.

ENVELOPE Nº 3

7.1.3. O envelope nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 9.5 a 9.10.3.

7.1.3.1. O envelope nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 3/2021-001GABIN

7.1.3.2. O envelope nº 3 deverá ser 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.

7.1.3.3. O envelope nº 3 **NÃO** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope nº 2.

8. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação condicionada no envelope nº 4.

ENVELOPE Nº 4

8.1.1. O envelope nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 4

PROPOSTA DE PREÇOS

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 3/2021-001GABIN

8.1.2. O envelope nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

8.1.3. O envelope nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope nº 2.



8.2. A entrega dos envelopes implica plena aceitação das condições estabelecidas neste Edital e na Minuta de Contrato (Anexo V).

8.2.1 Não serão aceitos protocolos de entrega ou solicitações de documento em substituição aos requeridos no presente Edital e seus Anexos.

8.3. A validade do documento extraído via Internet estará condicionada à conferência da autenticidade de seu conteúdo no respectivo endereço.

9. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada

9.2. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) em papel A4, branco, fosco com 75 g/m², orientação retrato;
- b) com espaçamento de 02 cm nas margens direita e esquerda a partir da borda, admitindo-se variações mínimas decorrentes da dilatação do papel e da tinta usada para impressão;
- c) sem recuos nos parágrafos;
- d) com textos justificados;
- e) com espaçamento simples entre as linhas;
- f) com texto e numeração de páginas em fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos';
- g) com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- i) capa e contracapa em papel A4 branco, fosco, com 75 g/m², ambas em branco;
- j) sem identificação da licitante.

9.2.1. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas com a utilização de tons de cinza.

9.2.1.1. Os gráficos e tabelas desses dois subquesitos poderão ser apresentados em papel A3 dobrado.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



9.2.1.2. As áreas ocupadas das duas páginas serão consideradas no cômputo do limite previsto no subitem 9.2.6.

9.2.2. As especificações do subitem 9.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem 9.3.3.3.2.

9.2.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em tons de *cinza*.

9.2.3.1. As tabelas, gráficos e planilhas deste subquesto poderão ser apresentados em papel A3 dobrado.

9.2.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 9.2.

9.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do envelope nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto na alínea "c" do subitem 7.1.1.3 e 16.2.1 e no subitem 16.2.1.1.

9.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do envelope nº 2.

9.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3 estão limitados, no conjunto, a 20 (vinte) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

9.2.7. Os textos da estratégia de Mídia e Não Mídias não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 7.1.1.3, e no subitem 9.2.4.1.

9.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

9.2.9. Podem ser utilizadas páginas com índices com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

9.2.9.1. Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste Edital a que correspondem o quesito e seus subquestos nem os textos expressos nesses subitens.

9.2.9.2. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 9.2, no que couber.

9.3. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo II.a), observadas as seguintes disposições:

9.3.1. **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Parauapebas, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o (s) desafio (s) ou o (s) problema (s) geral (is) e ou específico(s), de comunicação a ser enfrentado (s).

9.3.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o (s) desafio (s) ou o (s) problema (s), gerais e ou específico (s) de comunicação a



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ser enfrentado (s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Prefeitura Municipal de Parauapebas, compreendendo:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

9.3.3. **Idéia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) Apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 9.3.2, podendo incluir comentários sobre cada peça e/ou material.
- b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

9.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 9.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material.

9.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 9.3.3 e na alínea 'a' do subitem 9.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e/ou material apresentado como exemplo e outro para o restante

9.3.3.3. Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 9.3.3:

- a) estão limitados a **5 (cinco)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material;
- b) podem ser apresentados sob a forma de:
 - b.1) roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;
 - b.2) roteiro para rádio e internet;
- c) apresentados como parte de um *kit* serão computados individualmente no limite de que trata a alínea 'a' do subitem 9.3.3.3.

9.3.3.3.1. Reduções e variações de formato serão consideradas como peças.

9.3.3.3.2. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, *spot* rádio, anúncio revista, internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



9.3.3.3.3. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passé-partout*, observado o disposto no subitem 9.2.4.1.

9.3.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante informará todas as peças e/ou material destinado à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

9.3.4.1. Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3 deverão constar dessa simulação.

9.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) período de distribuição das peças e/ou material;

b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente, por meios;

d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;

f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;

9.3.4.3. Nessa simulação:

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

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

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

Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

9.4. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Idéia Criativa, deverá constituir-se em 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 da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

9.5. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.5.2. Os documentos e informações mais o caderno específico mencionados no subitem 9.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope nº 2.

9.5.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

9.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

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

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) A sistemática de atendimento e discriminará 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;

e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação, que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Parauapebas, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

9.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item, poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope nº 2.

9.7.3. Não há limitação de número de páginas, para apresentação do repertório.

9.8. O Repertório será constituído de peças e/ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



9.8.1. A licitante deverá apresentar, no mínimo, 03 (três) peças ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, sendo um de cada mídia (TV, internet, impresso).

9.8.1.1. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

9.8.1.2. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

9.8.1.3. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 9.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 10.3.1.

9.8.2. Para cada peça e/ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

9.8.3. As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Parauapebas.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - De acordo com o Briefing apresentado

9.9. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.9.1.1. Os documentos, informações e o caderno específico, mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope nº 2.

9.10. A licitante deverá apresentar 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

9.10.1. Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 9.10, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 10.3.1.

9.10.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Parauapebas.



9.10.2.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.

9.10.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. Se incluídas:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen-drive*, DVD ou CD;
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema a que se propôs resolver.

10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.1. A Subcomissão Técnica prevista no subitem 15.2 analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

10.2.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA=65 PONTOS

10.2.1.1. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO=10 PONTOS

- a) das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Parauapebas nos contextos social, político e econômico = 1,5 PONTOS
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Parauapebas com seus públicos = 1 PONTO
- c) das características da Prefeitura Municipal de Parauapebas e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária = 1,5 PONTOS
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação = 1 PONTO
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação a ser enfrentado(s) pela Prefeitura Municipal de Parauapebas = 2,5 PONTOS
- f) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s) = 2,5 PONTOS

10.2.1.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA=15 PONTOS

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Parauapebas e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação = 3 PONTOS
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos = 2 PONTOS



- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas com seus públicos = 2 PONTOS
- d) A adequação e a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas = 3 PONTOS
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta = 2 PONTOS
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Parauapebas, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível = 3 PONTOS

10.2.1.3. IDEIA CRIATIVA=30 PONTOS

- a) Sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas = 3 PONTOS
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante = 2 PONTOS
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo = 2 PONTOS
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta = 5 PONTOS
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem = 2 PONTOS
- f) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta = 4 PONTOS
- g) Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Parauapebas e à sua inserção nos contextos social, político e econômico = 4 PONTOS
- h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados = 2 PONTOS
- i) A exequibilidade das peças e/ou dos materiais = 2 PONTOS
- j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos = 4 PONTOS

10.2.1.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA=10 PONTOS

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários = 1 PONTO
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos = 2 PONTOS
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação às duas alíneas anteriores = 2 PONTOS
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Parauapebas = 1 PONTO



e) A economicidade da aplica o da verba de m dia evidenciada no plano simulado de distribu o das peças e ou do material = 2 PONTOS

f) A otimiza o da m dia segmentada, alternativa e de massa = 2 PONTOS

10.2.2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO=15 PONTOS

a) O porte e a tradi o dos clientes atendidos pela licitante ao longo de sua trajetória e o conceito de seus produtos e serviços no mercado = 2 PONTOS

b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias = 3 PONTOS

c) A adequa o das qualifica es e das quantifica es desses profissionais   Estratégia de Comunica o Publicitária da Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA = 3 PONTOS

d) A adequa o das instala es, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão   disposi o da execu o do contrato = 1 PONTO

e) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA, e a licitante esquematizado na proposta = 3 PONTOS

f) A relevância e a utilidade das informa es de marketing e comunica o, das pesquisas de audiência e da auditoria de circula o e controle de média que a licitante colocará regularmente   disposi o da Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato = 3 PONTOS

10.2.3. REPERT RIO=15 PONTOS

a) A idéia criativa e sua pertinência ao problema a que a licitante se propôs resolver = 5 PONTOS

b) A qualidade da execu o e do acabamento da peça e/ou material = 5 PONTOS

c) A clareza da exposi o das informa es prestadas = 5 PONTOS

10.2.4. RELATOS DE SOLU ES DE PROBLEMAS DE COMUNICA O=5 PONTOS

a) A evidência de planejamento publicitário = 1,5 PONTOS

b) A consistência das rela es de causa e efeito entre problema e soluço = 1,5 PONTOS

c) A relevância dos resultados apresentados = 1,5 PONTOS

d) A concatena o lógica da exposi o = 0,5 PONTO

10.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

10.3.1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos, com a devida observância do item 10.2 e seus subitens:

a) Plano de Comunica o Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos



- a.1) Raciocínio Básico: 10 (dez) pontos
- a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 15 (quinze) pontos
- a.3) Idéia Criativa: 30 (trinta) pontos
- a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez) pontos
- b) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze) pontos
- c) Repertório: 15 (quinze) pontos
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 05 (cinco) pontos;

10.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

10.3.2.1. 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.

10.3.2.2. 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.

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

10.3.4. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver as maiores notas.

10.4. SERÁ DESCLASSIFICADA A PROPOSTA TÉCNICA QUE:

- a) Não atender às exigências do presente edital e de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a **nota mínima de 70 (setenta) pontos**.
- c) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 10.2.1.1 a 10.2.1.4 e 10.2.2. a 10.2.4.

10.5. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, no quesito correspondente ao subitem 10.2.1.

10.6. Persistindo o empate mesmo após as considerações do item 10.5, a decisão será feita por sorteio em ato público conduzido pela Comissão Permanente de Licitação imediatamente e na mesma sessão que se deu o empate.

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



- a) Apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) Datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 11.2 e 11.3 por quem detenha poderes de representa o da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- c) Elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 11.2 e 11.3.

11.2. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valora o, a ser elaborada conforme modelo em anexo (Anexo III).

11.2.1. O anexo I deste edital refere-se apenas   divisão do objeto para a contrata o para até 02 empresas vencedoras, não tendo rela o direta com o subitem 11.2.

11.3. A licitante deverá elaborar Declara o na qual:

a) Estabelecer  os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA:

a.1) Aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutiliza o de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

a.2) Aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em rela o ao valor original da cessão desses direitos, na reutiliza o das peças por período igual ao inicialmente ajustado.

b) Comprometer-se-  a envidar esforços no sentido de obter as melhores condi es nas negocia es comerciais com fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo   Prefeitura Municipal de Parauapebas as vantagens obtidas.

c) Informar  estar ciente e de acordo com as disposi es alusivas a direitos autorais estabelecidas na Minuta de Contrato.

11.4. Os preços propostos são de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistir  o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma altera o, sob a alega o de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

11.5. VALORA O DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

11.5.1. As propostas de preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas são analisadas quanto ao atendimento das condi es estabelecidas neste edital e em seus anexos.

11.5.2. Será desclassificada a proposta de preços que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

11.5.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da planilha que constitui o anexo III, sabendo que:

a) O percentual de honorários deverá ser superior a 10% (dez por cento) e inferior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os custos de produ o realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados;



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



b) O percentual de honorários deverá ser superior a 5% (cinco por cento) e inferior a 10% (dez 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 se limitar à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento.

11.5.3.1. Nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, **não será aceito:**

a) desconto superior a 70% (setenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do **Sindicato das Agências de Propaganda do Pará/SINAPRO** a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

11.5.3.2. Os percentuais informados permanecerão inalterados.

11.5.4. A Comissão Permanente de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará	$P1 = 0,5 \times \text{desconto}$
b) percentual honorários incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolvam criação da agência.	$P2 = 7,0 \times (15 - \text{honorários})$
c) percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência se limitar à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização de outros serviços realizados por fornecedores referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias	$P3 = 6,0 \times (10 - \text{honorários})$

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.

11.5.4.1. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 11.5.4, como segue: $P = P1 + P2 + P3$.

11.5.4.2. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

11.5.4.3. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

a) O maior percentual de desconto sobre os custos internos de serviços executados pela licitante;



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



- b) O menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, pertinentes à execução do contrato;
- c) O menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens em consonância com novas tecnologias;
- d) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.

12. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

12.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/93 e na Lei 12.232/2010.

12.2. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante que obtiver a melhor média ponderada conforme cálculo abaixo:

$$M = \frac{(P \times p1) + (T \times p2)}{p1 + p2}$$

Sendo:

M = média ponderada

P = preço;

T = nota técnica;

p1 = peso de preço = 0,20 (equivalente a 20%);

p2 = peso de T = 0,80 (equivalente a 80%).

13. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em dia, hora e local por ela estipulados.

13.1.1. Os Documentos deverão estar acondicionados no envelope nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 5

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 3/2021-001GABIN

13.1.2. O envelope nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

13.1.3. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original; em cópia autenticada por cartório competente; sob a forma de publicação em órgão da imprensa



oficial; ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação e dos demais licitantes, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis e que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

DA DOCUMENTAÇÃO

13.2. Para habilitar-se, as empresas deverão apresentar a documentação abaixo, dentro do prazo de validade, em 01 (uma) via, que deverá estar dentro de um único envelope, e conter os seguintes documentos:

Habilitação Jurídica

13.2.1 - cédula(s) de identidade(s):

13.2.1.1-do(s) responsável(s) legal(is) da empresa ou

13.2.1.2-da pessoa física, se for o caso;

13.2.2 - registro comercial, no caso de empresa individual;

13.2.3 - ato constitutivo, Estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrados e acompanhados de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;

13.2.4 - inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

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

Observação: Os documentos em apreço deverão estar acompanhados de todas as alterações ou poderão ser apresentados na sua forma consolidada e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

Regularidade Fiscal e Trabalhista

13.2.6 - Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), da empresa licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta licitação;

13.2.7 - Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta licitação;

13.2.8 - Prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da licitante, ou outra equivalente, na forma da lei.

13.2.8.1 - Paz parte da prova de regularidade, para com a Fazenda Federal, a certidão conjunta de débitos relativos a tributos federais e à dívida ativa da União, fornecida pela Secretaria da Receita Federal;



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



13.2.8.2 - Paz parte da prova de regularidade, para com a Fazenda Estadual, a certidão negativa ou positiva com efeito de negativa de tributos estaduais (tributária e não tributária);

13.2.8.3 - Paz parte da prova de regularidade, para com a Fazenda Municipal, a certidão negativa ou positiva com efeito de negativa de débitos de tributos municipais, se houver, do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei.

13.2.9 - Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

13.2.10 - Prova de inexistência de débitos inadimplidos, ou seja, a Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT), perante a Justiça do Trabalho, fornecida pelo Tribunal Superior do Trabalho, com base no art. 642-A da Consolidação das Leis Trabalhistas e no art. 29, inciso V da Lei 8.666/93, ambos acrescentados pela Lei 12.440, de 7 de julho de 2011, e na Resolução Administrativa nº 1470/2011 do Tribunal Superior do Trabalho.

13.2.11. Serão consideradas como válidas, pelo prazo de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

Qualificação Econômica - Financeira

13.2.12 - 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 sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados, quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta, tomando como base a variação, ocorrida no período, do ÍNDICE GERAL DE PREÇOS - DISPONIBILIDADE INTERNA - IGP-DI, publicado pela Fundação Getúlio Vargas - FGV ou de outro indicador que o venha substituir.

a.1) A demonstração da boa situação financeira será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), igual ou maior que 1 (um), resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

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

$$\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}$$

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

$$\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}$$

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

$$\text{PASSIVO CIRCULANTE}$$

a.1.1) As fórmulas deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço;

a.1.2) Os índices de que tratam as alíneas 'a.1.' do subitem 13.2.12 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade;



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



a.1.3) Se necessária a atualização do balanço e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado, juntamente com os documentos em apreço, o memorial de cálculo correspondente.

Observações: serão considerados aceitos como na forma da lei o balanço patrimonial e demonstrações contábeis assim apresentados:

1) sociedades regidas pela Lei n.º 6.404/76 (sociedade anônima):

- registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;
- publicados em Diário Oficial; e/ou
- publicados em jornal de grande circulação;

2) Sociedades limitada (LTDA):

- fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticadas na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante, acompanhado dos Termos de Abertura e de Encerramento do Livro Diário do qual foi extraído.

3) Sociedades sujeitas ao regime estabelecido na Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte:

- fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticadas na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante, acompanhado dos Termos de Abertura e de Encerramento do Livro Diário do qual foi extraído.

4) Sociedade criada no exercício em curso:

- fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante, acompanhado do Termo de Abertura do Livro Diário do qual foi extraído.

5) sociedade simples: registrado:

- fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas da sede ou domicílio da licitante, acompanhado do Termo de Abertura do Livro Diário do qual foi extraído.

6) O Balanço Patrimonial e as Demonstrações Contábeis deverão estar assinadas por contador ou técnico devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade (CRC), de acordo com a resolução CCFC n.º 1.402/2012.

13.2.12.1. A licitante que apresentar resultado inferior a 01 (um) no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a.1' do subitem 13.2.12, deverá incluir no envelope n.º 5 a comprovação que possui patrimônio líquido equivalente a no mínimo 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

13.2.13 - Certidão negativa de falência, concordata ou recuperação judicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, emitida em até 60 (sessenta) dias corridos antes da data de apresentação dos documentos de habilitação.

a) A empresa que estiver em recuperação judicial poderá participar desde que, o Juízo em que tramita a recuperação ateste, através de certidão, a capacidade da empresa em cumprir com o objetivo da licitação.



13.2.14. Qualificação Técnica:

- a) Atestados de capacidade técnica, expedidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante, serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;
- b) Cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), ou cópia simples, desde que acompanhada da via original, para que seja conferida com a original por servidor competente.

Do Cumprimento do Disposto no Inc. XXXIII do art. 7º Da Constituição e na Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1.999

13.2.15. Declaração da licitante de que não possui em seu quadro de pessoal empregado(s) com menos de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal de 1988 (Lei n.º 9.854, de 1999), cf. Anexo IV.

14. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

15. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

15.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, nos termos da Lei Federal nº 8.666/93 - consolidada e Lei nº 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

15.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por no mínimo 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

15.2.1. pelo menos 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão **NÃO** poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

15.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo de integrantes, previamente cadastrados para esse fim pela Prefeitura Municipal de Parauapebas.

15.3.1. A relação dos nomes referidos no subitem 15.3 deste Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitação no Diário Oficial do Estado/PA, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

15.3.2. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de Parauapebas, nos termos dos subitens 15.2.1 e 15.3.

15.3.3. A relação prevista no subitem 15.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Prefeitura Municipal de Parauapebas.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



15.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 15.3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa cabível para a exclusão.

15.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

15.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 15.

15.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 15.3.

15.3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

15.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 15.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

16. DOS PROCEDIMENTOS

16.1. Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

16.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles, registrada na respectiva sessão, para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

16.1.3. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderá, no interesse da Prefeitura Municipal de Parauapebas, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação.

16.1.4. Os integrantes da Subcomissão Técnica **NÃO** poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

16.1.5. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

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

16.1.7. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



16.1.8. A Comissão Permanente de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

16.1.9. Se os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento final desta concorrência - após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA, providenciará sua destruição.

PRIMEIRA SESSÃO

16.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo do edital:

- a) Identificar os representantes das licitantes por meio do documento exigido no item credenciamento;
- b) Receber os Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4, que deverão ser entregues até a data e horário definidos no edital;
- c) Conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

16.2.1. O envelope nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se:

- a) **Não** estiver identificado;
- b) **Não** apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do envelope nº 2;
- c) **Não** estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do envelope nº 2.

16.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 16.2.1, a Comissão Permanente de Licitação **NÃO** receberá o envelope nº 1, o que também a impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

16.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) Rubricar, no fecho, sem abri-los, os Envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos Envelopes nº 1 e nº 3;
- b) Retirar e rubricar o conteúdo dos Envelopes nº 1;
- c) Abrir os Envelopes nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Envelopes nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

16.2.2.1. A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea "b" do subitem 16.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



16.2.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Envelopes nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Licitação e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a esta fase.

16.2.3. A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca no envelope nº 1, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

16.2.4. Abertos os Envelopes nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

16.2.5. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 16.2.6 e seguintes.

16.2.6. Não tendo sido interposto recurso ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) Encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária onde os mesmos serão analisados separadamente dos Envelopes nº 3;

b) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) Encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação, à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação onde os mesmos serão analisados separadamente dos Envelopes nº 1;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica, à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

16.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 10.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

16.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Envelopes nº 2.



16.2.7. As planilhas previstas nas alíneas “c” e “f” do subitem 16.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

16.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Envelopes nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os Envelopes nº 2;
- c) Cotejar as vias não identificadas (envelope nº 1) com as vias identificadas (envelope nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) Informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, “b”, da Lei nº 8.666/1993.

16.3.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

TERCEIRA SESSÃO

16.4. Não tendo sido interposto recurso ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Envelopes nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



- f) realizar com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica - caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço - a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) realizar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente, com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica, que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 29.14 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, "b", da Lei nº 8.666/1993.

16.4.1. Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas alíneas "f" e "g" do subitem 16.4 apenas os preços sujeitos a valoração integrantes da Planilha que constitui o Anexo III.

QUARTA SESSÃO

16.5. Não tendo sido interposto recurso ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Envelopes nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 5;
- e) informar:
- e.1) o resultado da habilitação;
- e.2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 34.14 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, "a" da Lei nº 8.666/1993;
- e.3) que será publicado o nome da licitante vencedora desta concorrência caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

17. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

17.1. Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida a



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



autoridade competente, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, no endereço mencionado no subitem 3.1 deste edital; ou via e-mail oficial da Central de Licitações e Contratos: licitacao@parauapebas.pa.gov.br.

17.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

17.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) a autoridade competente, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

17.4. 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.

17.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Permanente de Licitação.

17.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação - motivadamente e se houver interesse para a Prefeitura Municipal de Parauapebas - atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

18. DO TIPO DE LICITAÇÃO

18.1. Trata-se de licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, do tipo menor preço GLOBAL (para até duas Agências de Publicidade), enquadrada no § 1º, inciso III, do art. 45, da Lei nº 8.666/93.

19. DA ADJUDICAÇÃO

19.1. A execução dos serviços correspondentes ao objeto desta CONCORRÊNCIA será adjudicada Globalmente (para até duas Agências de Publicidade), em Regime de Empreitada por preço unitário, depois de atendidas as condições deste Edital.

20. DA HOMOLOGAÇÃO

20.1. Após a divulgação do resultado de julgamento final, inclusive da habilitação, e decorrido o prazo recursal previsto em lei, e adjudicado o objeto à(s) licitante(s) vencedora(s) do certame, o mesmo será homologado pela autoridade competente da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS.

21. DO INSTRUMENTO CONTRATUAL

21.1. Homologada a licitação, a(s) concorrente(s) adjudicatária(s) será(ão) notificada(s) para assinar o(s) contrato(s) na Prefeitura Municipal de Parauapebas, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data da notificação;

21.2. O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela adjudicatária durante o seu transcurso, e desde que ocorra motivo justificado, aceito como tal pela Prefeitura Municipal de Parauapebas;

21.3. O contrato a ser firmado com a licitante adjudicatária, dar-se-á conforme Minuta de Contrato (modelo) constante no Anexo V deste Edital, adaptado à proposta vencedora do certame.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



21.4. A adjudicação será tornada sem efeito, se a adjudicatária não cumprir o prazo para a assinatura do instrumento contratual, sem justificativa formalmente aceita pela Prefeitura Municipal de Parauapebas;

21.5. Na hipótese do subitem anterior, o objeto da licitação poderá ser adjudicado às concorrentes remanescentes, na ordem de classificação, nas mesmas condições propostas pelo licitante vencedor, inclusive quanto a percentuais de descontos e prazos.

21.6. O número de registro da adjudicatária no CNPJ a constar no termo de contrato será, necessariamente, o mesmo que foi apresentado quando de sua habilitação neste procedimento licitatório. O mesmo deverá constar das notas fiscais/faturas emitidas, sob pena de sua recusa e consequente falta de pagamento pela Prefeitura Municipal de Parauapebas.

22. GARANTIA

22.1. Dadas as características do trabalho, será exigida para a assinatura do contrato prestação de garantia em favor da Prefeitura Municipal de Parauapebas correspondente a 1% (um por cento) do valor total do contrato, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha da licitante vencedora:

- a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária.

22.2. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente em agência estabelecida pela Prefeitura Municipal de Parauapebas, a qual será devolvida atualizada monetariamente nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

22.3. Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato acrescido de trinta dias;
- b) a apólice deverá indicar a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA como beneficiária;
- c) não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses da Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

22.4. Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato acrescido de trinta (30) dias;
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado de acordo com o previsto neste Edital.

22.5. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a) ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser reconhecido pelo Governo Federal, constando entre aqueles previstos na legislação específica;
- b) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo recusá-la o título ofertado caso verifique a ausência desses requisitos.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



22.6. Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização a terceiros, a contratada se obriga a fazer a respectiva reposição no prazo máximo e improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data em que for notificada pela Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

22.7. Se houver acréscimo ao valor do contrato a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis a contar da data que for notificada pela Prefeitura Municipal de Parauapebas.

23. VIGÊNCIA

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

24. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

24.1. As despesas decorrentes da execução dos serviços, objeto deste Edital, correrão à conta da dotação orçamentária Exercício 2021, Classificação Institucional: 0201, Classificação Funcional: 04 131 3002 2.017 - Gestão do Veículo de Comunicação Institucional, Classificação Econômica: 33.90.39.00 - Outros Serviços de Terc. Pessoa Jurídica, Sub-elemento: 90 – Serv, de Publicidade e Propaganda

24.2. As despesas para os exercícios seguintes, durante a vigência do contrato, serão alocadas à dotação orçamentária própria consignada na Lei Orçamentária do Município de PARAUAPEBAS (PA), a cargo da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, e no Plano Plurianual de Investimentos

25. DA FISCALIZAÇÃO

25.1. Nos termos do art. 67, § 1º, da Lei nº 8.666/93, o GABINETE DO PODER EXECUTIVO designará servidor (es) para acompanhar (em) e fiscalizar (em) a execução dos serviços e do contrato, anotando em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução e determinando o que for necessário à regularização das falhas ou defeitos observados.

25.2. A contratada deverá manter preposto, se aceito pelo GABINETE DO PODER EXECUTIVO, para representá-la administrativamente sempre que for necessário durante o período de vigência do contrato.

25.3. O acompanhamento e a fiscalização consistem na verificação da conformidade da execução dos serviços, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do contrato, devendo o servidor designado sugerir melhorias, reclamar e comunicar-se diretamente com o preposto da contratada, bem como encaminhar providências referentes à regularização das pendências da contratada com referencia aos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais e na regularização das medições e relatórios efetuados pela Fiscalização da execução dos serviços.

25.4. As decisões e providências que ultrapassarem a competência do (s) servidor (es) designado (s) deverão ser solicitadas à autoridade competente em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.

26. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

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



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



26.1.2. 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;

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

26.1.4. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

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

26.1.6. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade, garantido o direito da ampla defesa.

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

27.1.1. Responder, em relação aos seus empregados, por todas as despesas decorrentes dos fornecimentos efetivados, tais como:

- a) Salários;
- b) Seguros de acidente;
- c) Taxas, impostos e contribuições;
- d) Indenizações;
- e) Vale-refeição;
- f) Vale-transporte; e
- g) Outras que porventura venham a ser criadas e exigidas pelo Governo.

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

27.1.3. 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.

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

27.1.5. 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.

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

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



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



27.1.8. 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.

27.1.9. 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 nº 12.232/2010.

27.1.10. Buscar apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas idôneas e de reconhecida qualificação técnica.

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

27.1.12. 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.

27.1.13. 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.

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

27.1.15. Submeter a contratação de fornecedores, previamente cadastrados, para a execução das atividades complementares do objeto do contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

27.1.16. 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.

27.1.17. 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.

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

27.1.19. 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.

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

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

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

27.1.23. 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.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



27.1.24. 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.

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

27.1.26. 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.

27.1.27. 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 nº 3301/2015-Plenário).

27.1.28. 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.

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

27.1.30. 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.

28. DAS OBRIGAÇÕES SOCIAIS, COMERCIAIS E FISCAIS

28.1. À CONTRATADA caberá, ainda:

28.1.1. Assumir a responsabilidade por todos os encargos previdenciários e obrigações sociais previstos na legislação social e trabalhista em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, vez que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com Município de PARAUAPEBAS.

28.1.2. Assumir, também, a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica de acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados no decorrer do fornecimento e do desenvolvimento dos serviços ou em conexão com eles, ainda que acontecido em dependência da CONTRATANTE.

28.1.3. Assumir todos os encargos de possível demanda trabalhista, civil ou penal, relacionados à execução dos serviços, originariamente ou vinculada por prevenção, conexão ou contingência.

28.1.4. Assumir, ainda, a responsabilidade pelos encargos fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



28.2. A inadimplência da CONTRATADA, com referência aos encargos estabelecidos na condição anterior, não transfere a responsabilidade por seu pagamento à CONTRATANTE, nem poderá onerar o objeto do contrato, razão pela qual a CONTRATADA renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, com a CONTRATANTE.

28.3. Deverá a CONTRATADA observar, também, o seguinte:

28.3.1. É expressamente proibida a contratação de servidor pertencente ao quadro de pessoal do CONTRATANTE durante a vigência do contrato; e

28.3.2. É expressamente proibida, também, a veiculação de publicidade acerca do contrato, salvo se houver prévia autorização da CONTRATANTE.

29. REMUNERAÇÃO E DESCONTO

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

29.1.1. Para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros), a mesma 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 de ____%

29.1.2. De honorários, no percentual de ____% incidente sobre o custo de produção realizado por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados.

29.1.3. De honorários, no percentual de __%, 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 à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

29.2. 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 nº 4.680/65.

29.3. 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.

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

29.5. Os percentuais ofertados na proposta de preços permanecerão inalterados.

30. DO AUMENTO E DA SUPRESSÃO

30.1. No interesse da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, o valor inicial atualizado do contrato poderá ser aumentado ou suprimido até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/93.

30.1.1. A licitante contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite ora previsto, calculado sobre o valor contratado; e



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



30.1.2. Nenhum acréscimo poderá exceder o limite estabelecido neste Edital; e

30.1.3. Nenhuma supressão poderá exceder 25% do valor inicial atualizado do contrato, salvo as supressões resultantes do acordo celebrado entre as partes.

31. DIREITOS AUTORAIS

31.1. A CONTRATADA cede a 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 do contrato.

31.2. O valor dessa cessão   considerado incluído nas modalidades de remunera o definidas no memorial descritivo.

31.3. Com vistas às contrata es para a execu o de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitar  dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

31.4. A CONTRATADA utilizar  os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionar  a contrata o 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.

31.5. 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:

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

32. SAN OES ADMINISTRATIVAS

32.1. Pela inexecu o total ou parcial do Contrato, resultante deste processo licitatório, ou pelo descumprimento dos prazos e demais obriga es assumidas, a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS poderá, garantida a prévia defesa, aplicar   contratada as san es a seguir relacionadas:

I - Advertência, por escrito;

II - Multa;

III - Suspensão temporária do direito de participar de licita es e impedimento de contratar com a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, por prazo não superior a 02 (dois) anos;

IV - Declara o de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administra o Pública.

32.1.1. As san es de advertência e de impedimento de licitar e contratar com a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS poderão ser aplicadas   contratada, juntamente com a de multa, descontando-a dos pagamentos a serem efetuados.

32.2. A aplica o de multa ocorrerá da seguinte maneira:

32.2.1. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, nas hipóteses de rescisão contratual por inexecu o total do contrato, caracterizando-se quando houver reiterado descumprimento



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



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.

32.2.2. 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 PARAUAPEBAS 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.

32.2.3. 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 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.

32.3. As multas previstas nos subitens 32.2.1 a 32.2.3 do Edital deverão ser recolhidas pela contratada no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, em favor da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, contado a partir da notificação recebida, ficando a contratada obrigada a comprovar o pagamento, mediante a apresentação da cópia do recibo do recolhimento efetuado.

32.3.1. 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.

32.3.2. No caso de a contratada ser credora de valor suficiente ao abatimento da dívida, a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS poderá proceder ao desconto da multa devida na proporção do crédito.

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

32.3.4. 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 PARAUAPEBAS, decorrentes das infrações cometidas.

32.4. Além das penalidades citadas, a contratada ficará sujeita, ainda, ao cancelamento de sua inscrição no cadastro de fornecedores da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS e, no que couber, às demais penalidades referidas no Capítulo IV da Lei n.º 8.666/93.

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

32.5. Comprovado o impedimento ou reconhecida a força maior, devidamente justificados e aceitos pela PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, em relação a um dos eventos aqui arrolados, a contratada ou participante deste processo licitatório ficarão isentas das penalidades mencionadas.

33. DA INEXECUÇÃO OU RESCISÃO DO CONTRATO

33.1. A inexecução total ou parcial do contrato enseja a sua rescisão, conforme disposto nos artigos 77 a 80 da Lei no 8.666/93.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



33.2. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

33.3. A rescisão do contrato poderá ser:

33.3.1. Determinada por ato unilateral e escrito da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII, do art. 78 da Lei 8.666/93, notificando-se a contratada com a antecedência mínima de 30 (trinta) dias; ou

33.3.2. Amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS; ou

33.3.3. Judicial, nos termos da legislação vigente sobre a matéria.

33.4. Constituem, ainda, motivo para rescisão do contrato, assegurados ao contratado, de acordo com o artigo 78, incisos XIV a XVI da Lei nº 8.666/93:

33.4.1. A suspensão de sua execução, por ordem escrita da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenizações pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado ao contratado, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;

33.4.2. O atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS decorrentes de obras, serviços ou fornecimento, ou parcelas destes, já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado ao contratado o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;

33.4.3. A não liberação, por parte da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, de área, local ou objeto para a execução dos serviços nos prazos contratuais, bem como das fontes de materiais naturais especificadas no projeto;

33.5. Quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII do artigo 78, sem que haja culpa do contratado, será este ressarcido dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo ainda direito a:

33.5.1. Devolução de garantia;

33.5.2. Pagamentos devidos pela execução do contrato até a data da rescisão;

33.6. A rescisão unilateral ou amigável será precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

34. DISPOSIÇÕES FINAIS

34.1. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUPEBAS



34.1.1. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do envelope nº 2.

34.2. A Comissão Permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

34.2.1. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do envelope nº 2.

34.3. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se a Prefeitura Municipal de Parauapebas tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

34.3.1. Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a Prefeitura Municipal de Parauapebas poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

34.4. No caso de rescisão contratual, conforme art. 24, inciso XI, Lei nº 8.666/93, a Prefeitura Municipal de Parauapebas poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

34.5. A Comissão Permanente de Licitação poderá, no interesse da Prefeitura Municipal de Parauapebas, releva omissões puramente formais nos documentos e Propostas apresentadas pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo fixado pela Comissão Permanente de Licitação.

34.6. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal a Prefeitura Municipal de Parauapebas.

34.7. 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.

34.8. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Prefeitura Municipal de Parauapebas comunicará os fatos verificados ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

34.9. 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 8.666/1993.

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

34.11. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

34.11.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

34.12. A Prefeitura Municipal de Parauapebas poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

34.13. Antes da data marcada para a abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

34.14. Todos os resultados, de todas as fases desta licitação, bem como todo ato que seja necessário dar publicidade, deverá ser publicado na Imprensa Oficial do Estado do Pará, bem como no Quadro de Avisos da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, portal da Transparência e portal do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará - TCM.

34.15. Fica eleito o Foro da Comarca de Parauapebas, para discussão de eventuais litígios oriundos da presente licitação.

Parauapebas (PA), 27 de Outubro de 2021.

FABIANA DE SOUZA NASCIMENTO
Comissão Permanente de Licitação
Presidente



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO I

ITENS



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO I – PLANILHA DE FORMAÇÃO DE PREÇOS

ITEM	DESCRIÇÃO	QUANT.	UNIDADE	UNITÁRIO R\$
1	EMPRESA 1: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER A DEMANDA DA PREFE	1,000	SERVIÇO	0,00
	<i>Especificação : EMPRESA 1: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER A DEMANDA DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS</i>			
2	EMPRESA 2: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER A DEMANDA DA PREFE	1,000	SERVIÇO	0,00
	<i>Especificação : EMPRESA 2: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER A DEMANDA DA PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS</i>			



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO II

MEMORIAL DESCRITIVO; INSTRUÇÕES PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA / APRESENTAÇÃO DOCUMENTAÇÃO; E TABELA DE PREVISÃO DE DEMANDAS.

MEMORIAL DESCRITIVO

TIPO DE LICITAÇÃO: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: Contratação de até duas (02) agências de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, 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 de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

ESPECIFICAÇÃO OBJETO:

- 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.

Pesquisas e avaliações com a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da ASCOM, o público alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens veiculadas;
- c) possibilitar a avaliação dos resultados alcançados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

A prestação dos serviços será executada por até 02 (duas) agências de propaganda como preconiza a lei 12.232/2010, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

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

[Handwritten signature]

obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

As agências atuarão 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.

O presente instrumento tem a finalidade de contratar até 2 agências de propaganda, com vista a atender a atual demanda dessa ASCOM que passou por processo de reformulação e atualização no atendimento com a missão de prestar melhor assistência com muito mais agilidade e eficiência, usando formas inovadoras de comunicação e recursos mais tecnológicos presando sempre o respeito ao princípio da publicidade e ao direito a informação.

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

O valor estimado dos serviços é de R\$ 19.635.000,00 (dezenove milhões e seiscentos trinta e cinco mil reais), cuja dotação orçamentária da Assessoria de Comunicação, Gabinete do Executivo.

DETALHAMENTO DO OBJETO

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.

Suyth

- 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 Parauapebas, para aprovação.
- h) A entrega, para fins de arquivo, de duas cópias (impressas e gravadas em mídia digital) de todo o material produzido.

JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

MOTIVAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

Todo Governo, em qualquer instância, tem por obrigação tornar público o que fez, que faz e o que fará. 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 mau uso do dinheiro público, apurando como efetivamente suas necessidades estão sendo atendidas

A Prefeitura Municipal de Parauapebas tem desenvolvido diversas ações de interesse público. E para o cidadão, além das ações, o acesso à informação sobre essas ações é essencial para o exercício pleno da cidadania. A divulgação institucional é instrumento capaz de favorecer de forma significativa o acesso da população aos seus direitos cuidados pela atividade-fim da Prefeitura.

Visando à adequação das ações de comunicação à atividade finalística o tema das campanhas, o assunto, o conteúdo informativo e de valores e a própria integração da Prefeitura Municipal de Parauapebas devem ser valorizados.

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

A contratação de agências de publicidade, que consigam agregar em seus produtos 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.

Suely
[Handwritten signature]

BENEFÍCIOS DIRETOS E INDIRETOS QUE RESULTARÃO DA CONTRATAÇÃO

Em virtude da necessidade da Prefeitura de Parauapebas 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 duas (02) empresas de publicidade trará os seguintes benefícios:

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 à 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 PMP 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 PMP;

Produção de peças e campanhas atentas às exigências de padrões e parâmetros pré-estabelecidos, que auxiliarão a manter o funcionalismo municipal assim como a todos os munícipes, devidamente informados sobre temas, ações e debates de interesse da cidade e do cidadão.

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 Parauapebas, de otimização dos serviços, satisfação dos usuários e rapidez no atendimento das demandas populares, sempre em benefício da cidadania.

INFORMAÇÕES SOBRE PARAUAPEBAS

ASPECTOS HISTÓRICOS

O nome do município é uma referência ao Rio Parauapebas. "Parauapebas" é um termo de origem tupi que significa "afluente raso do rio grande", através da junção de Pará (rio grande), 'y' (rio) e peb (achatado), ou "papagaio baixo", através da junção de parauá (papagaio) e peb (achatado).

No final da década de 60, pesquisadores descobriram a maior reserva mineral do mundo, em Carajás, no então município de Marabá. Anos depois, o governo federal concedeu à Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), hoje Vale S.A., que na época era estatal, o direito de explorar minério de ferro, ouro e manganês no local, antes habitada por índios Xikrins do Cateté.

Em 1981, deu-se início à implantação do Projeto "Ferro Carajás", quando então, no vale do rio Parauapebas, começou a ser construída a Vila de Parauapebas. A notícia da construção do povoado de Parauapebas provocou um intenso deslocamento de pessoas para a área.

Em pouco tempo, o povoado do Rio Verde, apesar das condições inferiores em relação aos padrões do núcleo urbano projetado em Carajás, cresceu descontroladamente.

O movimento comercial também ocorreu rapidamente, justamente na área onde hoje é o bairro Rio Verde. A vila, que havia sido projetada para atender até 5 mil habitantes, segundo dados do IBGE, já estava com cerca de 20 mil habitantes.

Os 165 quilômetros de poeira e buracos ligando Marabá à então vila de Parauapebas foram o caminho por onde chegaram os primeiros imigrantes. Gente de todo o país, atraída pela grande oferta de trabalho e esperança de riqueza fácil.

Chegaram fazendeiros, madeireiros, garimpeiros e pessoas recrutadas para trabalhar no Projeto Ferro Carajás. Próximo à rodovia PA-275 começaram a surgir as construções das primeiras casas e barracas, dando início ao povoado de Rio Verde, que mais tarde se tornaria um dos maiores bairros da cidade.

O município de Marabá, que administrava o povoado de Rio Verde, e a então CVRD construíram um núcleo urbano ao lado do povoado para abrigar os funcionários que iriam trabalhar nas obras da Estrada de Ferro Carajás, que ligaria o Pará ao Maranhão. A empresa iniciou ainda as construções da escola Euclides Figueiredo,

delegacia de polícia, hospital municipal, prédio da prefeitura e a instalação de rede elétrica.

Em 1983, o então Grupo Executivo das Terras do Araguaia-Tocantins (GETAT) distribuiu lotes agrícolas e usou máquinas para abrir as ruas do Rio Verde, onde o comércio já era bastante.

No ano de 1984, garimpeiros de Serra Pelada invadiram o povoado para obrigar o governo a lhes dar o direito de explorar o ouro da Serra Pelada.

Em 1985, deu-se início à luta pela emancipação política da vila. Mas Parauapebas só teve autonomia administrativa depois de quatro anos de movimentos favoráveis ao desligamento político de Marabá. A vila, por meio de plebiscito, tornou-se município a partir da Lei Estadual nº 5.443/88, de 10 de maio de 1988.

Ainda em 1985, o então presidente da República, José Sarney, inaugurou a Estrada de Ferro Carajás. A partir daí, o trem passou a trazer pessoas de todos os estados para a região, formando Parauapebas. Com a emancipação, no ano de 1989 a cidade teve sua primeira eleição para prefeito.

De 1981 a 2004, a população de Parauapebas cresceu mais de 10 vezes, chegando ao número de 110 mil habitantes. O número de eleitores cresceu 2,7 vezes entres os anos de 1989 e 2004, passando de 23.733 para 63.496 eleitores, uma média de crescimento anual de 6,8%.

Em maio de 2021, Parauapebas completou 33 anos. Uma cidade jovem que durante todos estes anos teve um grande e importante desenvolvimento, tornando-se um dos municípios mais importantes da Amazônia.

Assim é Parauapebas: um lugar hospitaleiro, tranquilo, otimista e alegre que a cada dia confirma a certeza de que o progresso da região passa por aqui.

ASPECTOS POPULACIONAIS

A população de Parauapebas estimada pelo IBGE em 2020 é de 213.576. Em 2010, a população era de 153.908, para uma área da unidade territorial 2020 (km²) de 6.885,794, sendo o quinto município mais populoso do estado do Pará.

Comparado às taxas médias de crescimento anual da população ao nível Brasil, Pará e Parauapebas, se observa que o município cresceu 8,9%, mais do que o país e o estado, que ficaram com as marcas de 1,3% e 2,0%, respectivamente.

São muitas as causas que fazem de Parauapebas este polo de atração populacional: a exploração mineral de ferro, ouro, manganês e cobre; o processo de colonização e reforma agrária; e a baixa qualidade de vida das regiões vizinhas.

Atualmente, a cidade é composta por pessoas vindas de diferentes partes do Brasil, como maranhenses, goianos, tocantinenses, mineiros, gaúchos, paulistas, capixabas etc., que migraram para a região em busca de trabalho e de uma vida melhor.

ASPECTOS URBANOS E ADMINISTRATIVOS

O núcleo urbano de Parauapebas, onde foi implantada a sede do município, está situado no curso médio e à margem direita do rio Parauapebas, estando encravado no sopé da Serra dos Carajás. A distância até Belém é de cerca de 660 quilômetros.

O bairro mais antigo de Parauapebas é o Rio Verde. Atualmente, não é possível saber quantos bairros há em Parauapebas: a cidade vive um verdadeiro colapso urbano devido a um crescimento populacional vertiginoso; há muitas ocupações, além de inúmeros loteamentos que podem, por sua complexidade e densidade, ser considerados como bairros.

A cidade de Parauapebas tem como característica a divisão territorial em núcleos devido aos grandes acidentes geográficos presentes em seu território.

A Prefeitura está organizada em 22 Secretarias Municipais: GABINETE DO EXECUTIVO, GABINETE DO VICE - PREFEITO, SEMAD (administração), SEMAS (assistência social), SECULT (Secretaria Municipal de Cultura) SEGOV (Secretaria Municipal de Governo), SEJUV (Secretaria Municipal de Juventude), SEMTUR (Secretaria Municipal de Turismo) SEDEN (Secretaria Municipal de Desenvolvimento), SEMED (Secretaria Municipal de Educação), SEMEL (Secretaria Municipal de Esporte e Lazer), SEFAZ (Secretaria Municipal de fazenda), SEHAB (Secretaria Municipal de habitação), SEMMA (Secretaria Municipal de Meio Ambiente), SEMMECT (Secretaria de mineração, energia, ciência e tecnologia), SEMMU (Secretaria da mulher), SEMOB (Secretaria Municipal de Obras), SEMPROR (Secretaria Municipal de produção rural), SEMSA (Secretaria Municipal de Saúde), SEMURB (Secretaria Municipal de urbanismo) e SEMSI: (Secretaria de Segurança Institucional e Defesa do Cidadão), SEDEN (Secretaria Municipal de desenvolvimento) 6 coordenadorias: CTRH: (treinamento e recursos humanos), COOTER: (terras), CTIC: (tecnologia da informação e comunicação), e COMDEC – DEFESA CIVIL, PROSAP e CLC (central de licitações e contratos) e outros 7 órgãos da administração direta: ASCOM, CGM, DMTT, DRC, PGM, PROCON e DAM e uma autarquia o SAAEP.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

VIGÊNCIA DO CONTRATO

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, tal inciso traz a possibilidade de prorrogar a duração de contrato, desde que essa atividade seja de caráter continuado, traduzindo perfeitamente a natureza continua dos serviços prestados pela Assessoria de Comunicação – ASCOM, que traz em seu objetivo principal informar os munícipes das ações de interesse público trazidas pela administração pública.

OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no Contrato ou dele decorrentes:
- Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 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.
- Comprovar, no prazo máximo de 45 (quarenta e cinco) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possuem em PARAUAPEBAS-PA, escritório com estrutura de atendimento compatível com a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.
- 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.
- Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir a CONTRATANTE as vantagens obtidas.
- O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.

- 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.
- 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.
- Buscar apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas idôneas e de reconhecida qualificação técnica.
- Se não houver possibilidade ou necessidade de obter 03 (três) propostas de preços, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes.
- 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.
- 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.
- Obter a aprovação prévia e expressa da CONTRATANTE para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.
- Submeter a contratação de fornecedores, previamente cadastrados, para a execução de serviços objeto deste contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.
- 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.
- 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.
- A CONTRATADA inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

- 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.
- Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.
- 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.
- 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.
- Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 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.
- 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).

- 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.
- 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.
- 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.

OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

- Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas no Contrato ou dele decorrentes:
- Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- 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;
- Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;
- Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade, garantido o direito da ampla defesa.

REMUNERAÇÃO E DESCONTO

Conforme proposta apresentada, a contratada será remunerada da seguinte forma:

1- Para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros), a mesma 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 de ____%

2- De honorários, no percentual de ____% incidente sobre o custo de produção realizado por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados

3- De honorários, no percentual de ____%, 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 à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

4- 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.

5- 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.

6- 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 Agências de Propaganda do Estado do Pará.

7- Os percentuais ofertados na proposta de preços permanecerão inalterados.

DIREITOS AUTORAIS

- 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.

- O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas neste Memorial Descritivo.
- 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.
- 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.
- 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:
- 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.



PROPOSTAS TÉCNICA E PREÇO, CRITÉRIOS E DOCUMENTAÇÕES DE HABILITAÇÃO

1.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

INVÓLUCRO Nº 1

1.1.1. No **Invólucro nº 1** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada**, de que tratam os subitens 3.2 e 3.3.

1.1.1.1. Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada** que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

1.1.1.1.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário de 09h às 14:00h, de segunda a sexta-feira, no seguinte endereço: Av. Morro dos Ventos, S/N, Quadra Especial, Beira Rio II, Parauapebas, PA – Sala de Licitação a partir do dia ____ de _____ de 2021 no horário de expediente e não será permitido a entrega do invólucro padronizado no dia marcado para a abertura do certame.

1.1.1.1.2. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente à Comissão Permanente de Licitação.

1.1.1.2. O **Invólucro nº 1** deverá estar aberto (apenas com a aba dobrada, sem vedação com: cola, lacre, fitas adesivas, ou qualquer outro material, ou seja, **NÃO** poderá estar vedado) e sem rubrica, sem manchas para não diferenciar dos demais.

1.1.1.3. Para preservar – até a abertura do **Invólucro nº 2** - o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o **Invólucro nº 1** não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

INVÓLUCRO Nº 2

1.1.2. No **Invólucro nº 2** deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, de que trata o subitem 3.4.

1.1.2.1. O **Invólucro nº 2** deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 2 PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE CONCORRÊNCIA Nº __/20xx-...GABIN.

1.1.2.2. O **Invólucro nº 2** deverá ser 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, não sendo permitido o uso de couro, courino, madeira ou metal.

INVÓLUCRO Nº 3

1.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de que tratam os subitens 3.5 a 3.10.

1.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 3 PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE CONCORRÊNCIA Nº __/20xx-.....GABIN.

1.1.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser 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.

1.1.3.3. O Invólucro nº 3 **não** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

2. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

2.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação condicionada no Invólucro nº 4.

INVÓLUCRO Nº 4

2.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 4 PROPOSTA DE PREÇOS NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE CONCORRÊNCIA Nº __/201xx-....GABIN

2.1.2. O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo desde que inviolável quanto às informações de que trata até sua abertura.

3. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

3.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

3.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

3.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

a) em papel A4, branco, fosco com 75 g/m², orientação retrato;

Handwritten signatures and initials in blue ink on the right margin.

- b) com espaçamento de 02 cm nas margens direita e esquerda a partir da borda, admitindo-se variações mínimas decorrentes da dilatação do papel e da tinta usada para impressão;
- c) sem recuos nos parágrafos;
- d) com textos justificados;
- e) com espaçamento simples entre as linhas;
- f) com texto e numeração de páginas em fonte 'Arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos';
- g) com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- i) capa e contracapa em papel A4 branco, fosco, com 75 g/m², ambas em branco;
- j) sem identificação da licitante.

3.2.1. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas com a utilização de tons de *cinza*.

3.2.1.1. Os gráficos e tabelas desses dois subquestos poderão ser apresentados em papel A3 dobrado.

3.2.1.2. As áreas ocupadas das duas páginas serão consideradas no cômputo do limite previsto no subitem 3.2.6.

3.2.2. As especificações do subitem 3.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem 3.3.3.2.

3.2.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderá ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em tons de *cinza*.

3.2.3.1. As tabelas, gráficos e planilhas deste subquesto poderão ser apresentados em papel A3 dobrado.

3.2.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 3.2.

3.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 1.1.1.3 e 11.2.1 e no subitem 11.2.1.1.

3.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

3.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 3.3.3 estão limitados, no conjunto, a 20 (vinte) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

3.2.7. Os textos da estratégia de Mídia e Não Mídias não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.1.1.3, no subitem 3.2.4.1.







3.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

3.2.9. Podem ser utilizadas páginas com índices com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

3.2.9.1. Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens desta Instrução a que correspondem o quesito e seus subquesitos nem os textos expressos nesses subitens.

3.2.9.2. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 3.2, no que couber.

3.3. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing (anexo I), observadas as seguintes disposições:

3.3.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Parauapebas, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação a ser enfrentado(s);

3.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação a ser enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Prefeitura Municipal de Parauapebas, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

3.3.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua Proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, como previsto no subitem 3.3.2, podendo incluir comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação, conforme explicitado na Estratégia de Comunicação Publicitária.

3.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 3.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

3.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 3.3.3 e na alínea 'a' do subitem 3.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 3.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e/ou material apresentado como exemplo e outro para o restante.

3.3.3.3. Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 3.3.3:

a) estão limitados a 05 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b.1) roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

b.2) roteiro para rádio e internet;

c) apresentados como parte de um *kit* serão computados individualmente no limite de que trata a alínea 'a' do subitem 3.3.3.3.

3.3.3.3.1. Reduções e variações de formato serão consideradas como peças.

3.3.3.3.2. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, *spot* rádio, anúncio revista, internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a **relação** prevista na alínea 'a' do subitem 3.3.3.

3.3.3.3.3. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passé-partout*, observado o disposto no subitem 3.2.4.1.

3.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia – constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante informará todas as peças e/ou material destinado à veiculação, exposição ou distribuição sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

3.3.4.1. Todas as peças e materiais que integrem a **relação comentada** prevista na alínea 'a' do subitem 3.3.3 deverão constar dessa simulação.

3.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente, por meios;

- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de Não Mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de Não Mídia;

3.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela vigente na data de publicação do aviso de licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

3.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, **sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa**, deverá constituir-se de 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 da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

3.5. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 3.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

3.5.2. Os documentos e informações mais o caderno específico mencionados no subitem 3.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do **Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada** e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

3.5.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação da capacidade de atendimento.

3.6. A capacidade de atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (**no mínimo, nome, formação e experiência**), dos profissionais que **deverão** ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio/TV/cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

[Handwritten signature and initials]

- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará 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;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação, que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Parauapebas, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

REPERTÓRIO

3.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item, poderá ser editada em papel A3 dobrado.

3.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente **não** poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do **Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada** e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

3.7.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do repertório.

3.8. O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

3.8.1. A licitante deverá apresentar, no mínimo, 03 (três) peças ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, sendo um de cada mídia (TV, Internet, Impresso).

3.8.1.1. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

3.8.1.2. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 3.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

3.8.1.3. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 3.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 4.3.1.

3.8.2. Para cada peça e/ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema a que se propôs resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

3.8.3. As peças e/ou materiais **não** podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Parauapebas.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – DE ACORDO COM O BRIEFING APRESENTADO

3.9. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 3.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

3.9.2. Os documentos, informações e o caderno específico, mencionados no subitem precedente, **não** poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

3.10. A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

3.10.1. Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 3.10, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 4.3.1.

3.10.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e **não** podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

3.10.2.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.

3.10.3. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. Se incluídas:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen-drive*, DVD ou CD;
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **subitem 3.9**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- c) para cada peça e/ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema a que se propôs resolver.

4. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

4.1. A Subcomissão Técnica prevista no subitem 10.2 analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas nesta Instrução e em seus anexos.

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

4.2.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA = 65 PONTOS

4.2.1.1. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão = 10 pontos

a) das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Parauapebas nos contextos social, político e econômico=1,5 pontos;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Parauapebas com seus públicos=1 ponto;

c) das características da Prefeitura Municipal de Parauapebas e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária=1,5 pontos

d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação=1 ponto;

e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação a ser enfrentado(s) pela Prefeitura Municipal de Parauapebas=2,5 pontos;

f) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s)=2,5 pontos

4.2.1.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA=15 PONTOS

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Parauapebas e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação=3 pontos;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos=2 pontos;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas com seus públicos=2 pontos;

d) a adequação e a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas=3 pontos;

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta=2 pontos;

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Parauapebas, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível=3 pontos.

4.2.1.3. IDEIA CRIATIVA=30 PONTOS

a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas=3 pontos

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante=2 pontos;

Handwritten signatures and initials in blue ink.

- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo=2 pontos
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta=5 pontos;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem=2 pontos;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta=4 pontos;
- g) sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Parauapebas e à sua inserção nos contextos social, político e econômico=4 pontos;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados=2 pontos;
- i) a exequibilidade das peças e/ou dos materiais=2 pontos;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos=4 pontos.

4.2.1.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA=10 PONTOS

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários=1 ponto;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos=2 pontos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação às duas alíneas anteriores=2 pontos;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Parauapebas=1 ponto.
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material=2 pontos;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa=2 pontos.

4.2.2. Capacidade de Atendimento=15 PONTOS

- a) o porte e a tradição dos clientes atendidos pela licitante ao longo de sua trajetória e o conceito de seus produtos e serviços no mercado=2 pontos;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias=3 pontos;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à Estratégia de Comunicação Publicitária da Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA=3 pontos;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato=1 ponto;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA, e a licitante esquematizado na proposta=3 pontos;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato=3 pontos.

4.2.3. REPERTÓRIO=15 PONTOS

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema a que a licitante se propôs resolver=5 pontos;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material=5 pontos;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas=5 pontos;



4.2.4. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO=5 PONTOS

- a) a evidência de planejamento publicitário=1,5 pontos;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução=1,5 pontos;
- c) a relevância dos resultados apresentados=1,5 pontos;
- d) a concatenação lógica da exposição=0,5 ponto.

4.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos
 - a.1) Raciocínio Básico: 10 (dez) pontos
 - a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 15 (quinze) pontos
 - a.3) Ideia Criativa: 30 (trinta) pontos
 - a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez) pontos
- b) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze) pontos
- c) Repertório: 15 (quinze) pontos
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 05 (cinco) pontos;

4.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

4.3.2.1. 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 nesta Instrução.

4.3.2.2. 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.

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

4.3.4. Serão classificadas em primeiro e segundo lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas.

4.4. SERÁ DESCLASSIFICADA A PROPOSTA TÉCNICA QUE:

- a) não atender às exigências da presente instrução e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a **nota mínima de 70 (setenta) pontos**.
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 4.2.1.1 a 4.2.1.4 e 4.2.2. a 4.2.4.

Handwritten signature

Handwritten signature



4.5. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação no quesito correspondente ao subitem 4.2.1.

4.6. Persistindo o empate mesmo após as considerações do item 4.5, a decisão será feita por sorteio em ato público conduzido pela Comissão Permanente de Licitação imediatamente e na mesma sessão que se deu o empate.

5. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

5.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

a) apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 5.2 e 5.3 por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

c) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 5.2 e 5.3.

5.2. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada conforme modelo em anexo.

5.3. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA:

a.1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

a.2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.

b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais com fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura Municipal de Parauapebas as vantagens obtidas.

c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula décima quarta da Minuta de Contrato.

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

6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

6.1. As propostas de preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no edital e em seus anexos.

6.2. Será desclassificada a proposta de preços que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da planilha que constitui o anexo III, sabendo-se que:

a) O percentual de honorários deverá ser superior a 10% (dez por cento) e inferior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados.

b) O percentual de honorários deverá ser superior a 5% (cinco por cento) e inferior a 10% (dez 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 se limitar à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento.

6.3.1. Nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, **não será aceito:**

a) desconto superior a 70% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do **Sindicato das Agências de Propaganda do Pará/SINAPRO** a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

Os percentuais informados permanecerão inalterados.

6.4. A Comissão Permanente de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará	$P1 = 0,5 \times \text{desconto}$
b) percentual honorários incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolvam criação da agência.	$P2 = 7,0 \times (15 - \text{honorários})$
c) percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência se limitar à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização de outros serviços realizados por fornecedores referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias	$P3 = 6,0 \times (10 - \text{honorários})$

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.

6.4.1. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 6.4, como segue: $P = P1 + P2 + P3$.

6.4.2. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

6.4.3. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos de serviços executados pela licitante;

b) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, pertinentes à execução do contrato;

c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens em consonância com novas tecnologias;

d) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.

7. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

7.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/93.

7.2. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante que obtiver a melhor média ponderada conforme cálculo abaixo:

$$M = \frac{(P \times p1) + (T \times p2)}{p1 + p2}$$

Sendo:

M = média ponderada

P = preço;

T = nota técnica;

p1 = peso de preço = 0,20 (equivalente a 20%);

p2 = peso de T = 0,80 (equivalente a 80%).

Handwritten signature

Handwritten signature

8. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

8.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços em dia, hora e local por ela estipulados.

8.1.1. Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 5 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
NOME EMPRESARIAL:.....
CNPJ DA LICITANTE:.....
CONCORRÊNCIA Nº __/201xx-.....-GABIN.

8.1.2. O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo desde que inviolável quanto às informações de que trata até sua abertura.

8.1.3. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação e dos demais licitantes, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis e que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

8.2. Para se habilitar a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista nos subitens 8.2.1 a 8.2.4 observado ainda todas as exigências disposto no Edital e seus anexos.

8.2.1. Habilitação Jurídica

- a) cédula de identidade (cópia) dos responsáveis legais da licitante;
- b) registro comercial, em caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, Estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrados e acompanhados de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;
 - c.1) os documentos mencionados na alínea 'c' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;
- d) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

8.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

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

- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes Estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- 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) certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Prova de Regularidade à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos em lei.

f) prova de inexistência de débitos inadimplidos, ou seja, a Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT), perante a Justiça do Trabalho, fornecida pelo Tribunal Superior do Trabalho, com base no art. 642-A da Consolidação das Leis Trabalhistas e no art. 29, inciso V da Lei 8.666/93, ambos acrescentados pela Lei 12.440, de 7 de julho de 2011, e na Resolução Administrativa nº 1470/2011 do Tribunal Superior do Trabalho.

8.2.2.1 Será considerada como válida pelo prazo de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

8.2.3. Qualificação Técnica

a) Atestados de capacidade técnica, expedidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante, serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;

b) Cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), ou cópia simples desde que acompanhada da via original para que seja conferida com original por servidor competente;

8.2.4. Qualificação Econômico-Financeira

a) Certidão Negativa de falência, concordata ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 60 (sessenta) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado há mais de 03 (três) meses da data de apresentação das Propostas;

b.2) entenda-se por "na forma da lei":

a) sociedades empresariais em geral: registrado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de

Handwritten signatures and initials in blue ink.

encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969);

b) sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976);

c) sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

8.2.4.1. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 16.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser iguais ou maiores que 1 (um):

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{Solvência Geral} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

8.2.4.2. Os índices de que tratam as alíneas 'a' do subitem 8.2.4.1 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

8.2.4.3. A licitante que apresentar resultado inferior a 01 (um) no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', deverá incluir no Invólucro nº 5 comprovação que possui patrimônio líquido equivalente a 10% (dez) por cento do valor estimado da contratação.

9. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos nesta instrução e em seus anexos.

10. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

10.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, nos termos da Lei Federal 8.666/93 - consolidada e 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

10.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica composta por, no mínimo, 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

10.2.1. Pelo menos 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão **não** poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

10.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo de integrantes, previamente cadastrados para esse fim pela Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

10.3.1. A relação dos nomes referidos no subitem 10.3 desta Instrução será publicada pela Comissão Permanente de Licitação no Diário Oficial do Estado/PA, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

10.3.2. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA nos termos dos subitens 10.2.1 e 10.3.

10.3.3. A relação prevista no subitem 10.3 desta Instrução conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

10.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 10.3, mediante a apresentação à Comissão de Licitação de justificativa cabível para a exclusão.

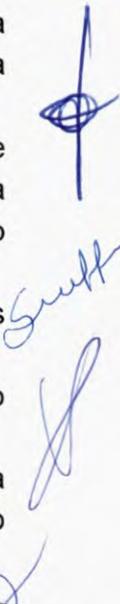
10.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

10.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 10.

10.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 10.3.

10.3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

10.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo



Handwritten signature in blue ink, possibly reading 'Suff'.

mínimo previsto no subitem 10.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

11.1. Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos nesta instrução e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

11.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles, registrada na respectiva sessão, para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

11.1.3. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderá, no interesse da Prefeitura Municipal de Parauapebas, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação.

11.1.4. Os integrantes da Subcomissão Técnica **não** poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

11.1.5. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados nesta Instrução.

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

11.1.7. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

11.1.8. A Comissão Permanente de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

11.1.9. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento final desta concorrência - após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o, resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA, providenciará sua destruição.

PRIMEIRA SESSÃO

11.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo do edital:

- a) identificar os representantes das licitantes por meio do documento exigido no item credenciamento;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4, que deverão ser entregues até a data e horário definidos no edital.
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições desta Instrução.

11.2.1. O **Invólucro nº 1**, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se:

- a) **não** estiver identificado;
- b) **não** apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do **Invólucro nº 2**;
- c) **não** estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do **Invólucro nº 2**.

11.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas **alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.2.1**, a Comissão Permanente de Licitação **não** receberá o **Invólucro nº 1**, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

11.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os **Invólucros nº 2 e nº 4**, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos **Invólucros nº 1 e nº 3**;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos **Invólucros nº 1**;
- c) abrir os **Invólucros nº 3** e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os **Invólucros nº 1 e nº 3**;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

11.2.2.1. A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 11.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

11.2.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos **Invólucros nº 1 e nº 3**, a Comissão Permanente de Licitação e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a esta fase.

11.2.3. A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca no **Invólucro nº 1** nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

11.2.4. Abertos os **Invólucros nº 1 e nº 3**, as licitantes não poderão desistir de suas propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

11.2.5. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 11.2.6 e seguintes.

11.2.6. Não tendo sido interposto recurso ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, **dos Invólucros nº 1**, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária onde os mesmos serão analisados separadamente **dos Invólucros nº 3**;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados nesta instrução;

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação, à Subcomissão Técnica, **dos Invólucros nº 3**, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação onde os mesmo serão analisados separadamente dos **Invólucros nº 1**;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados nesta instrução;

f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica, à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

11.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 4.4 desta Instrução, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas no Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

11.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas nesta instrução resulte na identificação da licitante antes da abertura dos **Invólucros nº 2**.

11.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 11.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

11.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (**Invólucros nº 1 e nº 3**), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a)** identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b)** abrir os **Invólucros nº 2**;
- c)** cotejar as vias não identificadas (**Invólucro nº 1**) com as vias identificadas (**Invólucro nº 2**) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d)** elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e)** proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f)** informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de **05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso**, conforme disposto no art. 109, I, 'b', da Lei nº 8.666/1993.

11.3.1. Além das demais atribuições previstas nesta instrução caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

TERCEIRA SESSÃO

11.4. Não tendo sido interposto recurso ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a)** identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b)** abrir os **Invólucros nº 4**, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c)** colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos **Invólucros nº 4**;

Suella
[Handwritten signature]

- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências desta Instrução para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) realizar com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica - caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço - a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) realizar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente, com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica, que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na imprensa oficial, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'b', da Lei nº 8.666/1993.

11.4.1. Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas alíneas 'f' e 'g' do subitem 11.4 apenas os preços sujeitos a valoração integrantes da Planilha que constitui o Anexo III. Portanto, os percentuais de que tratam os subitens 12.1 e 12.2 da minuta do contrato corresponderão aos percentuais estabelecidos pela própria licitante vencedora em sua Proposta de Preços, nas declarações a que se referem, respectivamente, as alíneas 'a 1' e 'a 2' do subitem 5.3.

QUARTA SESSÃO

11.5. Não tendo sido interposto recurso ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas nesta instrução e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- e) informar:
 - e.1) o resultado da habilitação;

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

e.2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 11.4."i" desta Instrução, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;

e.3) que será publicado o(s) nome(s) da(s) licitante(s) vencedora(s) desta concorrência caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

12. GARANTIA

12.1. Dadas as características do trabalho, será exigida para a assinatura do contrato prestação de garantia em favor da Prefeitura Municipal de Parauapebas correspondente a 1% (um por cento) do valor total do contrato, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha da licitante vencedora:

- a)** caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b)** seguro-garantia;
- c)** fiança bancária.

12.2. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente em agência estabelecida pela Prefeitura Municipal de Parauapebas, a qual será devolvida atualizada monetariamente nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

12.3. Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a)** seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato acrescido de trinta dias;
- b)** a apólice deverá indicar a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA como beneficiária;
- c)** não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses da Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

12.4. Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- a)** prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato acrescido de trinta (30) dias;
- b)** expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- c)** renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- d)** cláusula que assegure a atualização do valor afiançado de acordo com o previsto nesta Instrução.

12.5. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a)** ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser reconhecido pelo Governo Federal, constando entre aqueles previstos na legislação específica;

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

b) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo recusá-la o título ofertado caso verifique a ausência desses requisitos.

12.6. Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização a terceiros, a contratada se obriga a fazer a respectiva reposição no prazo máximo e improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data em que for notificada pela Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

12.7. Se houver acréscimo ao valor do contrato a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis a contar da data que for notificada pela Prefeitura Municipal de Parauapebas.

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) desconto a ser concedida a Prefeitura Municipal de Parauapebas, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará: ____ % (_____ por cento);

b) honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Parauapebas, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolvam criação da agência: ____ % (_____ por cento);

c) honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Parauapebas, incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização de outros serviços realizados por fornecedores referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: ____ % (____ por cento).

....., de....., de 20.....
(nome da licitante)

Representante legal

[Handwritten signature]

[Handwritten initials]

TABELA PREVISÃO DE DEMANDAS

MAI - 2021	AÇÃO CIDADANIA SEMAS ALERTA CONTRA A LEISHMANIOSE ANIVERSARIO DA PARAUPEBAS - PROGRAMAÇÃO ANIVERSARIO DA PARAUPEBAS- CAMP.INSTITUCIONAL ATENDIMENTO SAC – SEMAS ATUALIZAÇÃO CAD ÚNICO BANCO DO POVO BENEFICIOS DE PRESTAÇÃO CONTINUADA BPC CAMPANHA DE VACINAÇÃO COVID 19 CIRANDA CIDADÃ COMBATE A GRIPE COMBATE A DENGUE COMBATE AO ABUSO E EXPLORAÇÃO SEXUAL COMBATE AS QUEIMADAS COMUNICADOS SOBRE A COVID 19 (PREVENÇÃO E CRONOGRAMA DE VACINAÇÃO) CONSUMIDOR RESPONSAVEL – PROCON CURSOS PROFISSIONALIZANTES – SEDEN DIA DO ASSISTENTE SOCIAL DIA DO GARI DIA DO TRABALHADOR RURAL DIA NACIONAL DO TURISMO EDUCAÇÃO NO TRANSITO – MAIO AMARELO FEIRA DA AGRICULTURA FAMILIAR INAUGURAÇÕES INFORMARTIVO INSTITUCIONAL MAIS AGUA – SAAEP MAIS EDUCAÇÃO DO TRANSITO OBRA E INFRAESTRUTURA – CAMP. INSTITUCIONAL OBRAS DO PROSAP PACTO PELA CULTURA PEQUENOS NEGOCIOS –SEDEN POLUIÇÃO SONORA E CRIME PREVENÇÃO A COVID 19 PRODUÇÃO ARTESANAL - SEDEN PROJETO GIRA RENDA PROJETO LAR DA NOSSA GENTE – SEHAB
------------	--

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



	PROSAP – FAMILIA AREA DE RISCO PROTEÇÃO SOCIAL SEMANA DE FORMAÇÃO CULTURAL SEMANA DO BEBE – SEMSA
JUN -2021	APOIO A PRATICA DE ESPORTES AUDIÊNCIAS DO PPA CADASTRO ÚNICO – SEMAS CAMPANHA DE VACINAÇÃO A COVID 19 CAMPANHA EDUCATIVA DE TRASITO – FAIXA DE PEDESTRE CASAMENTO COMUNITÁRIO COMBATE A DENGUE COMBATE A LEISHMANIOSE COMBATE AS QUEIMADAS COMUNICADOS SOBRE A COVID 19
JUN - 2021	COMUNIDADO BOLSA FAMILIA CRESCER MAIS SAUDAVEL CURSOS DETUR DIA DA IMUNIZAÇÃO DIA NACIONAL DO CONTROLE A ASMA DIGA NÃO AO TRABALHO INFANTIL DOAÇÃO DE SANGUE – SEMSA EDUCAÇÃO NO TRANSITO ESCOLA DE MUSICA MAESTRO WALDEMAR HENRIQUE FEIRA DE AGRICULTURA FAMILIAR FESTIVAL JECA TATU–SECULT INFORMATIVO INSTITUCIONAL LEITE A PASTO OBRAS - SEMOB OBRAS DO PROSAP PREVENÇÃO A COVID 19 – A LUTA CONTINUA PROJETO GIRA RENDA SEMANA DO MEIO AMBIENTE SEMINARIO DE PSICULTURA – SEMPROR
JUL-2021	AÇÃO DRC AÇÃO MAIS SAUDE BLITZ SOCIAL – SEMAS CALÇADA CIDADÃ CAMPANHA CONTRA POLIOMELITE: CAMPANHA DE VACINAÇÃO A COVID 19

Supp
[Handwritten signatures]

<p>JUL -2021</p>	<p> CAMPANHA EDUCATIVA NO TRANSITO FÉRIAS – SEMSI COMBATE A DENGUE COMBATE A LEISHMANIOSE COMBATE AS QUEIMADAS COMUNICADO SOBRE A COVID 19 COPA DE FUTSAL CMJ CURSO E SOCIAL – SEDEN DIGA NÃO AO TRABALHO INFANTIL DOAÇÃO DE SANGUE: FEIRA DE CIENCIA E TECNOLOGIA FINAIS DO CAMPEONATO SEMEL FINAL JOGOS DA CIDADE - SEMEL INFORMATIVO INSTITUCIONAL IPTU 2021 JULHO AMARELO LIMPEZA DAS RUAS MAIS MOBILIDADE URBANA – SEMOB NEGOCIAÇÃO E SAAEP NOSSA GENTE DO CAMPO OBRAS DO PROSAP PATRULHA MARIA DA PENHA PEBAS JUMP – SEMAS PREFEITURA E COMUNIDADE PREVENÇÃO A COVID 19 PROGRAMA DE REGULARIZAÇÃO FISCAL PROJETO GIRA RENDA RECITAL DE FÉRIAS DA ESCOLA DE MUSICA RUA DE LAZER - SEMEL SAAEP RENEGOCIAÇÃO SEMANA DO ALEITAMENTO MATERNO TRANSPORTE CLANDESTINO VIRUS DA GRIPE VOLTA AS AULAS – PRODUÇÃO COVID-2019 – CAMPANHA DE VACINAÇÃO E PREVENÇÃO </p>
<p>AGOS - 2021</p>	<p> ANIVERSARIO CEDERE ANIVERSARIO DA VILA PAULO FONTELES PARADA DIVERSIDADE CULTURAL ANIVERSARIO DA LEI MARIA DA PENHA OLIMPIADAS DA MULHER AGOSTO LILAS </p>





	COVID - 2019 – PREVENÇÃO/VACINAÇÃO
SET - 2021	SEMANA DA CULTURA DESFILÉ CIVICO ATIVIDADES COM MULHERES INDIGENAS ANIVERSARIO DA VILA SANSÃO MOSTA DE TEATRO ANIVERSARIO DA PALMARES II SETEMBRO AMARELO – PREVENÇÃO AO SUICIDIO COVID -2019
OUT-2021	ANIVERSARIO DA VILA VALENTIM SERRA SEMANA DA CULTURA EVANGELICA DIA DO PROFESSOR FEMPA DIA DO SERVIDOR PUBLICO ANIVERSARIO DA VILA CARIMÃ OFICINAS PARA MULHERES DA BOA IDADE CAMPANHA DE PREVENÇÃO CONTRA O CANÇER DE MAMA - OUTUBRO ROSA
NOV - 2021	COVID – 2019 – PREVENÇÃO DIA DO RIO ANIVERSARIO DA VILA ALBANI CONSCIENCIA NEGRA ANIVERSARIO DA VILA ALTO BONITO FESTIVAL DE CINEMA DIA INTERNACIONAL DA NÃO VIOLENCIA CONTRA A MULHER CAMPANHA COMBATE AO CÂNCER DE PROSTATA - NOVEMBRO AZUL
DEZ-2021	CANTADAS DE NATAL FORMATURA DA ESCOLA DE MUSICA CAMPANHA LAÇO BRANCO CAMPANHA DE PREVENÇÃO A AIDS CAMPANHA DE PREVENÇÃO AO CÂNCER DE PELE CAMPANHA NATAL SOLIDARIO REVEILLON

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO II.a

BRIEFING

BRIEFING

JOB (gerar número)

Cliente:

Prefeitura Municipal de Parauapebas

Prazo de execução:

30 dias

A Prefeitura de Parauapebas é o órgão por meio do qual se manifesta o Poder Executivo Municipal. É considerado órgão independente, composto, central e unipessoal. Atualmente, compõe-se por 22 secretarias, além de outros órgãos como departamentos, coordenações e coordenadorias, com setores também vinculados ao Gabinete do Prefeito. A Secretaria Municipal de Turismo foi criada recentemente, por meio da Lei Municipal nº 4.927, de 23 de dezembro de 2020 após um processo de avanços implementados pelos órgãos que a precederam.

Mais informações, no portal: www.parauapebas.pa.gov.br,
www.instagram.com/prefeituradeparauapebas,
www.facebook.com/prefeituradeparauapebas, www.youtube.com/tvparauapebasgov.

CONTEXTO

Parauapebas é conhecida nacionalmente como a capital do minério. Isto devido à sua vocação natural e às atividades realizadas a partir da maior mina de minério de ferro a céu aberto do mundo.

A força dessa atividade impulsiona a economia local e garante a Parauapebas um lugar de destaque no cenário nacional, especialmente no que diz respeito à contribuição dos municípios para o resultado da balança comercial do Brasil.

No entanto, é preocupação constante do governo municipal a diversificação econômica e a garantia da qualidade de vida da população local. Por esse motivo, diversas iniciativas vêm sendo desenvolvidas ao longo dos anos para alcançar tais objetivos.

Uma dessas iniciativas é a profissionalização e qualificação da atividade turística no município. A atuação leva em conta o aproveitamento das potencialidades turísticas da região e busca alçar Parauapebas ao posto de grande destino nacional. O trabalho liderado pela Secretaria Municipal de Turismo conta com a colaboração de diversos outros órgãos do governo, além de parcerias com outros entes e instituições públicas e privadas.

As grandes obras, como Programa de Saneamento Ambiental, Macrodrenagem e Recuperação de Igarapés e Margens do Rio Parauapebas (Prosap) e as que serão executadas no âmbito do Programa Municipal de Investimentos de Parauapebas

(PMI) contribuirão ainda mais para a fortalecer a atratividade e o potencial turístico do Município.

O esforço já rendeu grandes resultados, como o mapeamento de cinco rotas turísticas (Rota dos Carajás, Rota das Águas, Rota City Tour, Rota do

Búfalo e Rota Indígena), qualificação de profissionais que atuam em segmentos diretamente ligados ao setor, ampliação da divulgação do Município no trade turístico nacional e inclusão do destino por agências turísticas do país, entre outras conquistas. A partir desse trabalho, Parauapebas também passou a se apresentar como a Capital do Ecoturismo de Carajás.

PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Apesar do trabalho realizado, Parauapebas ainda não tem forte reconhecimento como destino turístico e a contribuição do setor para a economia municipal é incipiente, se comparada à de outros setores.

Por isso, é necessário apresentar o município como um destino atraente em âmbito regional e nacional, não só para os turistas, mas para agências, investidores e demais participantes do trade turístico nacional, além de envolver os próprios moradores da cidade, tornando-os multiplicadores dessa nova força do município.

OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Apresentar Parauapebas como um destino atraente para turistas, agências, investidores e demais participantes do trade turístico nacional, ao mesmo tempo em que se divulga o trabalho realizado pela Prefeitura tornar o município apto a recebê-los.

Despertar o sentimento de pertencimento da sociedade local, relacionando as características das rotas e do potencial turístico existentes no município aos hábitos e à cultura da população de Parauapebas

TIPO DE CAMPANHA

Promocional / de Incentivo / institucional

CONCEITO DE COMUNICAÇÃO/ESTILO CRIATIVO

A serem desenvolvidos pela agência.

PÚBLICO ALVO

Pessoas em idade produtiva, com renda e interesse em conhecer destinos turísticos regionais e nacionais;

Investidores do mercado turístico;

Agências de turismo; População local.



ABRANGÊNCIA DA CAMPANHA

Nacional

VERBA

A campanha deverá ser realizada levando em consideração um orçamento total de R\$ 500.000,00

PERÍODO

De abril a junho de 2021

A campanha deverá ter duração de até 90 (noventa) dias, podendo ser dividida em fases, conforme estratégia de comunicação a ser implementada.

RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- O município conta com o portal de notícias no endereço eletrônico www.parauapebas.pa.gov.br, assim com canal no Youtube e perfis nas seguintes redes sociais: Facebook, Instagram e Twitter. A campanha deve contemplar peças para mídias externas e também para as plataformas digitais da prefeitura.





Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUPEBAS



ANEXO II.b

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

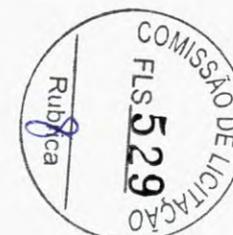


PREFEITURA DE
PARAUAPEBAS
Aqui tem força. Aqui tem trabalho

ascom
Assessoria de
Comunicação

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Órgão: PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS	
Setor requisitante: ASCOM/ GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO	
Responsável pela Demanda: Luzia de Oliveira da Silva e Suellen Cardoso da Silva Medeiros	Matrícula: 6337 (Luzia) CT-56980 (Suellen)
E-mail: ascom.financeiro@parauepabas.pa.gov.br	Telefone: (94) 992858260/ (094)98412-0591
Objeto: Contratação de até duas empresas de publicidade pela administração pública como previsto na Lei 12.232/2010.	



[Handwritten signatures]



PREFEITURA DE
PARAUAPEBAS
Aqui tem força. Aqui tem trabalho

ascom
Assessoria de
Comunicação

2. Tipo de evento: criação, layout, formatação, arte final de serviços publicitário gráficos compreendendo conteúdo para divulgação institucional ou de serviços do Poder Executivo Municipal, planejamento, marketing, estudo, concepção, produção de materiais destinados a campanhas institucionais e peças publicitárias...

3. Justificativa da necessidade da contratação: Com vista a atender o dispositivo legal contido na legislação vigente em especial a lei de nº 12232/2010, cujo o objeto é serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham como objetivo o estudo, o planejamento, a concepção, a criação, a distribuição de publicidade aos demais veículos e demais meios de divulgação com vista a atender ao princípio da publicidade, e ao direito a informação além de desenvolver a criação de formas inovadoras de comunicação.

Com vista a atender à solicitação feita no parecer técnico da Controladoria geral do Município, segue planilha com os gastos mensurada dessa Ascom, ressaltamos que os valores executados depende de cada mês. Salientamos que os valores utilizados foram baseados no mercado local e na tabela do Sinapro.



CRONOGRAMA FINANCEIRO E FÍSICO - BASEADO NOS ULTIMOS 3 MESES

ITEM	PRODUTO	DESCRIÇÃO	MARÇO DE 2021	VALOR TOTAL	ABRIL DE 2021	VALOR TOTAL	MAIO DE 2021	VALOR TOTAL
1	OUTDOOR	IMPRESSAO DO LAYOUT E LOCAÇÃO DO ESPAÇO	86	R\$ 234.780,00	92	R\$ 251.160,00	100	R\$ 290.000,00
2	CARTAZ	PRODUÇÃO	100	R\$ 930,00	500	R\$ 4.650,00	1000	R\$ 9.300,00
3	FOLDER	TAM 30 CM X 20 CM	15000	R\$ 7.950,00	5000	R\$	25000	R\$ 13.250,00

[Handwritten signatures]



PREFEITURA DE
PARAUAPEBAS
Aqui tem força. Aqui tem trabalho

ascom
Assessoria de
Comunicação

						3.350,00		
4	ADESIVO	TAMANHO 5M X 3M	4	R\$ 9.040,00	0	R\$ -	1000	R\$ 600,00
5	REVISTA	TAM 23X21 (13 PAG)	0	R\$ -	0	R\$ -	100	R\$ 1.495,00
6	BANNER	TAM 1,20 X 80	0	R\$ -	0	R\$ -	30	R\$ 4.350,00
7	BACKDROP	IMPRESSAO DO LAYOUT	2	R\$ 1.500,00	4	R\$ 3.440,00	2	R\$ 1.500,00
8	SPOT PARA CARRO DE SOM	PRODUÇÃO	8	R\$ 5.600,00	12	R\$ 8.400,00	6	R\$ 4.200,00
9	PROPAGANDA VOLANTE	VEICULAÇÃO	600 HRS	R\$ 64.800,00	530HRS	R\$ 57.240,00	450HRS	R\$ 48.600,00
10	SPOT PARA RADIO	PRODUÇÃO	8	R\$ 5.600,00	15	R\$ 10.500,00	20	R\$ 14.000,00
11	SPOT PARA RADIO	VEICULAÇÃO	PACOTE COM 1292 INSERÇÕES	R\$ 85.060,30	PACOTE - 1327 INSERÇÕES	R\$ 87.356,60	800 INSERÇÕES	R\$ 52.664,00
12	PRODUÇÃO DE VT 1 MINUTO	PRODUÇÃO	1	R\$ 5.500,00	3	R\$ 16.500,00	10	R\$ 90.000,00
13	PRODUÇÃO DE VT 30 SEGUNDOS	PRODUÇÃO	6	R\$ 68.100,00	8	R\$ 86.100,00	1	R\$ 5.500,00
14	VEICULAÇÃO DE VT 1 MINUTO	VEICULAÇÃO	PACOTE COM 357 INSERÇÕES	R\$ 100.000,00	PACOTE - 267 INSERÇÕES	R\$ 74.760,00	800 INSERÇÕES	R\$ 224.000,00
15	VEICULAÇÃO DE VT 30 SEGUNDOS	VEICULAÇÃO	PACOTE COM 1669 INSERÇÕES	R\$ 179.000,00	PACOTE -1337 INSERÇÕES	R\$ 144.396,00	800 INSERÇÕES	R\$ 86.400,00
16	MOTIONS	VIDEO ANIMADO - PRODUÇÃO DE 15 SEG.	4	R\$ 8.400,00	0	R\$ -	4	R\$ 8.400,00
17	MOTIONS	VIDEO ANIMADO - PRODUÇÃO DE 20 SEG.	10	R\$ 25.000,00	0	R\$ -	0	R\$ -
18	MOTIONS	VIDEO ANIMADO - PRODUÇÃO DE 30 SEG	0	R\$ -	12	R\$ 39.600,00	6	R\$ 19.800,00
19	INFORMES	VIDEO INSTITUCIONAL - PRODUÇÃO	30	R\$ 135.000,00	37	R\$ 166.500,00	30	R\$ 135.000,00
20	ANUNCIO JORNAL	1 PAGINA	2	R\$ 16.000,00	2	R\$ 16.000,00	2	R\$ 16.000,00
21	WEB BANNER	VEICULAÇÃO	24	R\$ 231.250,00	27	R\$ 261.900,00	35	R\$ 322.000,00
22	PLACAS LUMINOSAS	VEICULAÇÃO E ALUGUEL DE ESPAÇO	20	R\$ 30.000,00	20	R\$ 30.000,00		R\$ 30.000,00



[Handwritten signatures]



PREFEITURA DE
PARAUPEBAS
Aqui tem força. Aqui tem trabalho

ascom
Assessoria de
Comunicação

24	PANFLETOS	PRODUÇÃO	3187	R\$ 1.593,50	5000	R\$ 3.350,00	0	R\$ -
25	TRANSMISSÃO SIMULTÂNEA	PRODUÇÃO (LIVE)	1	R\$ 7.600,00	2	R\$ 15.000,00	0	R\$ -
26	CLIPAGEM ELETRONICA E IMPRESSA	PRODUÇÃO	2	R\$ 40.000,00	2	R\$ 40.000,00	2	R\$ 40.000,00
27	CAPTURA DE IMAGENS	PRODUÇÃO	20	R\$ 24.000,00	20	R\$ 24.000,00	20	R\$ 24.000,00
28	CAPTURA FOTOGRAFICA	PRODUÇÃO	PACOTE	R\$ 15.000,00	PACOTE	R\$ 15.000,00	PACOTE	R\$ 15.000,00
29	CONVITE	PRODUÇÃO	600	R\$ 1.860,00	0	R\$ -	0	R\$ -
30	MIDIA INDOOR	VEICULAÇÃO	PACOTE	R\$ 5.000,00	PACOTE	R\$ 5.000,00	PACOTE	R\$ 5.000,00
31	CRIAÇÃO DIVERSA	CRIAÇÃO	PEÇAS PUBLICITARIAS	R\$ 60.883,70	PEÇAS PUBLICITARIA	R\$ 73.223,90	PEÇAS PUBLICITARIAS	R\$ 64.141,90
32	POST CARROSSEL	CRIAÇÃO / CODIGO SINAPRO COD 251	4	R\$ 15.951,60	6	R\$ 23.927,40	3	R\$ 11.963,70
33	PAINEL DE LED	VEICULAÇÃO	0	R\$ -	0	R\$ -	PACOTE - 12000 INSERÇÕES	R\$ 8.040,00
34	GESTAO DE MONITORAMENTO	CODIGO DA SINAPRO 269	1	R\$ 4.638,00	1	R\$ 4.638,00	1	R\$ 4.638,00
35	POST SIMPLES/ ANUNCIO DE REDE SOCIAIS	JPG/GIFS/TEXTO - SINAPRO COD 250	60	R\$ 119.000,00	132	R\$ 263.221,20	73	R\$ 145.569,30
TOTAL:				R\$ 1.509.037,10	TOTAL:	R\$ 1.729.213,10	TOTAL:	R\$ 1.695.411,90

Suffly Cardoso
et 56980

S. H. F. F. F.

Luiza de O. da Silva
M. de. Adm. f. ASCOM
Município: 6337



[Handwritten signatures]

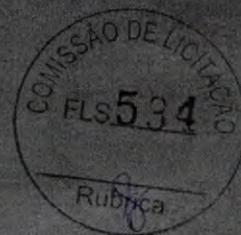


Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO II.c

TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2021C



PARÁ

TABELA 2021C

VALORES REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS

VÁLIDA DE 01/09/2021 A 30/11/2021

Alter do Chão, Santarém/PA



ÍNDICE



4. Diretoria
5. Serviços do Sinapro
Remuneração da Agência
6. Serviços de Agência
Contratação de Agência
8. Lei 12.232/2010
14. Sugestão de Briefing
18. Modelo de Contrato
21. Proibição do uso do Pregão

LISTA REFERENCIAL 2021

22. Anúncio para revista
Anúncio para jornal
Informe Publicitário
Publicidade legal/Balanços
23. Vídeos
Comercial para Rádio
Gravação / Editoração /
Digitação
Mídia Out of Home
24. Mobiliário Urbano
Mídias Interiores
Materiais Promocionais
25. Materiais Gráficos
26. Programação Visual
27. Materiais Diferenciados
Criação de Campanhas



- Papelaria
- 28. Logotipia
 - Embalagens
 - Encarte
- 29. Serviços Digitais
 - Anúncios Display
- 30. Outras peças digitais
 - Projetos - Business Intelligence
- 31. Campanhas Digitais
- 32. Redes Sociais
- 33. SEO - Search Engine Optimization
- 34. Website
 - Hotsite
- 35. Mobile Site
 - Blog
 - Landing Page
- 36. Mobile APP
 - E-commerce
 - E-mail Marketing
 - Newsletter
- 37. Modelo de Precificação Opcional
 - Custos Variáveis
- 38. Projetos Especiais
 - Marketing Político
 - Planejamento de Comunicação -
 - Ações Estratégicas



TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2021C

DIRETORIA GESTÃO 2020/2023

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Marcus Martins de Barros Pereira
Diretor de Secretaria: Rafaela H. Galvão Zúniga
Diretor de Desenvolvimento: Anselmo Gama
Diretor Financeiro: Hérycles Yoshio Horiguchi
Diretor de Relações Públicas: Oswaldo Diniz Mendes



SUPLENTES DA DIRETORIA

João Carlos de Souza Bastos
Orly da Costa Bezerra
Layse Maria Silva Santos

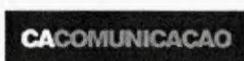
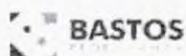
CONSELHO FISCAL

Célio Pessoa Sales Filho
Jackes Quadros Assayag
José Severo Filho

SUPLENTES DO CONSELHO FISCAL

Fernanda H. Galvão Chaves
Cleide da Silva Santos
Fábio Juan Diego C. Lopez

AGÊNCIAS ASSOCIADAS



SERVIÇOS OFERECIDOS PELO SINAPRO-PA

(Exclusivamente às agências de propaganda filiadas)

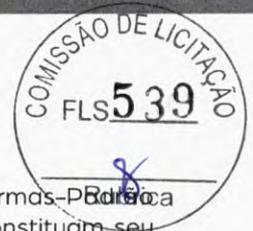
- Pesquisa de mídia.
- Pareceres sobre direito civil, comercial, autoral e legislação publicitária. Orientação no campo legal da propaganda, englobando o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e Normas-Padrão da Atividade Publicitária, através do Departamento Jurídico da FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda.
- Lista Referencial de Custos de Serviços Internos das agências de propaganda.
- Portal da Internet (www.sinapropa.com.br), com conteúdo de interesse da categoria, incluindo toda legislação publicitária e atividades correlatas, artigos, relação de agências filiadas, notícias do meio, eventos etc.
- Informações periódicas, por e-mail e através de informativo impresso, de assuntos sobre propaganda, sobre o mercado de comunicação e outros assuntos do segmento publicitário e de negócios de comunicação.
- Negociação do Acordo Coletivo de Trabalho com o SIPEP – Sindicato dos Publicitários Agenciadores de Propaganda e Trabalhadores em Empresas de Propaganda no Estado do Pará.
- Orientação para participação em licitações.
- Informações por e-mail de assuntos sobre propaganda, sobre o mercado de comunicação e outros assuntos de interesse do segmento publicitário e de negócios de comunicação.



REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA DE PROPAGANDA

A agência de propaganda é remunerada, conforme as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, Decreto N° 57.690/66, com as alterações trazidas pelo Decreto N° 4.563/2002, da seguinte forma:

- a) Desconto padrão de agência pelo planejamento de mídia e pela intermediação na contratação de espaço/tempo publicitário, a agência receberá dos veículos de divulgação, 20% sobre o valor da mídia. Essa remuneração é exclusivamente concedida pelos veículos às agências de propaganda e não pode ser concedida ao anunciante direto (conforme itens 2.5, 2.5.1 e 6 e seus subitens das Normas-Padrão). O desconto é exclusivo de agência de publicidade, não podendo ser concedido a anunciante/cliente. O repasse, ao cliente, pela agência de parte do desconto padrão seguirá os parâmetros dos itens 3.5 e 6.4 e do ANEXO B, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.
- b) Os custos dos serviços internos como criação, redação, layout, arte-final, ilustrações etc., que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria agência, serão calculados com base em parâmetros estabelecidos pela Lista Referencial de Custos de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pará, e não serão acrescidos de honorários nem de quaisquer encargos.
- c) Serviços externos, pela responsabilidade de pesquisar opções de terceirização buscando sempre a melhor relação entre qualidade, preço e agilidade dos fornecedores de serviços auxiliares, bem como pelo acompanhamento e controle de todas as fases de produção que serão executadas materialmente por terceiros fornecedores, a agência é remunerada pelo cliente no percentual de 15% sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com esses mesmos fornecedores (cf. item 3.6.1 das Normas-Padrão).
- d) Quando da responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente a contratação do serviço, ou suprimento, sobre o valor respectivo, o Anunciante pagará a Agência "honorários" de no mínimo 5% (cinco por cento); e, no máximo, 10% (dez por cento) (cf. item 3.6.2 das Normas-Padrão)
- e) Serviços especiais, tais como pesquisas, assessoria de imprensa e outros serão cobrados mediante prévia combinação entre as partes.



SERVIÇOS PRESTADOS PELAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Toda agência de propaganda, habilitada e certificada pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão deve estar capacitada a prestar a seu cliente os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do cliente/anunciante:

- a) Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência.
- b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação.
- c) Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes.
- d) Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência.
- e) Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (Criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (Planejamento de Mídia).
- f) Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia), e o pagamento das faturas.

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

A contratação da agência pelo anunciante deve respaldar-se, preferencialmente, em documento escrito, no qual deverá constar o prazo da prestação de serviços e os ajustes que as partes fizerem, complementando e/ou detalhando dispositivos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária. O prazo poderá ser indeterminado, mas o seu término deverá ser precedido de aviso dado pela parte interessada à outra com, pelo menos, 60 (sessenta) dias de antecedência. Na vigência da relação contratual, a agência abster-se-á de colaborar com empresas, instituições, conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços que concorram diretamente com o cliente; este, reciprocamente, abster-se-á de utilizar os serviços de outras agências para a difusão dos mesmos conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços; salvo convenção em contrário.

INFORMAÇÕES GERAIS

A ATIVIDADE PUBLICITÁRIA

Toda agência de publicidade deve seguir rigorosamente a legislação e normas específicas, principalmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, os Decretos nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e o de nº 2.262, de 26 de junho de 1997, bem como as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

REEMBOLSO DE DESPESAS OPERACIONAIS

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente, não inclusos na categoria de custos externos dos trabalhos, deverão ser previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou comissões. Entre esses gastos, exemplificam-se: transporte, viagens, diárias, alimentação, encomendas, interurbanos, fax, cópias etc.

Os reembolsos de despesas são parte integrante da receita tributável da agência. Assim sendo, tais reembolsos sofrem taxações de impostos. Estes tributos devem ser cobrados do cliente.

PERMUTA

É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre veículos de comunicação

e anunciantes, diretamente ou mediante participação da agência de publicidade responsável pela conta publicitária. Nesse caso o contrato, ou acordo, deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá remunerar a agência, podendo este ônus recair sobre o veículo ou sobre o anunciante, isoladamente, ou sobre ambos, e em que proporção.

Quando o contrato for omissivo, ou na ausência de acordo, a agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus ao "desconto padrão de agência", de acordo como item 2.5 combinado com o item 4.1 das Normas- Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

PROJETOS ESPECIAIS, EVENTOS, APOIO E PATROCÍNIOS

Nas negociações entre o cliente da carteira da agência e o atendimento promotor de projeto especial, promoção, feira, convenção, palestra, seminário, curso e demais eventos, com a finalidade de que este cliente apoie ou patrocine as ações do promotor, fazendo a transferência de recurso através de pecúnia ou de permutas e que, em contrapartida, proporcione ao cliente exposição em mídia de sua(s) marca(s) e/ou produto(s) e/ou serviço(s) nas peças de divulgação do evento, caberá, nestes casos, à agência de propaganda responsável pela conta publicitária, uma remuneração sobre o valor do contrato que deve corresponder ao percentual de 20% (vinte por cento), equivalente ao desconto padrão de agência sendo esta devida pelo promotor do evento, em qualquer caso (participando ou não a agência da negociação).

Nos casos em que, como contrapartida, forem oferecidos créditos em espaços publicitários a serem utilizados livremente pelo cliente na divulgação de seu interesse, faculta-se à agência estimar os preços dos espaços publicitários oferecidos ao cliente.

Caso esses espaços estejam abaixo dos valores de mercado, ou ofertados pelo promotor como bonificação da negociação, poderá a agência estabelecer sua remuneração de 20% (desconto padrão de agência), levando em consideração não o valor pactuado, mas sim os valores de mercado referentes aos espaços ofertados ou preços pagos pelo seu cliente na compra de espaços publicitários semelhantes.

- Recomenda-se e estabelece que: nas negociações, a agência de propaganda que atende o cliente/ anunciante deve necessariamente delas participar a fim de estabelecer, em conjunto com o promotor do evento e seu cliente, a sua forma de remuneração, correspondente ao desconto padrão de agência;
- A remuneração da agência de publicidade, correspondente ao desconto padrão de agência, será devida pelo promotor em qualquer caso (participando ou não a agência da negociação), sendo que o percentual de 20% (desconto padrão de agência), correspondente aos citados honorários da agência, incidirá sobre o valor do contrato.

Faculta-se às partes, notadamente aos promotores e às agências de propaganda em conjunto, que, excepcionalmente, estas possam receber, a título de desconto padrão de Agência, espaço/tempo publicitário quando o promotor for um veículo, podendo esse espaço/tempo ser utilizado por outros clientes da agência, a quem competirá indicar previamente ao veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.

Quando o apoio ou o patrocínio for pago em forma de permuta, as bases de negociação serão as mesmas estabelecidas no item referente à permuta.

- Serviços não previstos nessa Referência são de livre acerto entre a agência e o cliente.
- Esta Recomendação poderá ser alterada sem prévio aviso.
- Esta Referência cancela e substitui a anterior.

PROCEDIMENTOS ÉTICOS

1. Todo trabalho profissional de propaganda faz jus à paga respectiva nas bases combinadas prevalecendo, na falta destas, o preço comum para trabalhos similares.
2. É proscria por desleal a prestação de serviços profissionais gratuitos ou por preços inferiores aos da concorrência, a qualquer título executado, excetuando-se, naturalmente, os casos em que o beneficiário seja uma entidade incapaz de remunerá-lo.





LEI 12.232/2010 - NORMAS GERAIS SOBRE LICITAÇÕES E CONTRATAÇÕES DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE



Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos



LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010.

Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

**CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 1º Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo.

§ 2º As Leis nos 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1993, serão aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta Lei, de forma complementar.

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - 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, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - 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.

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4º Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

Art. 3º As pesquisas e avaliações previstas no inciso I do § 1º do art. 2º desta Lei terão a finalidade específica de 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.

Parágrafo único. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

§ 2º A agência contratada nos termos desta Lei só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem dos seus clientes, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada.

CAPÍTULO II DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

Art. 5º As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

III - a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

IV - o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

VIII - serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo "melhor técnica";

IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

X - para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o art. 8º desta Lei, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

XI - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal





TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2021C



ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a oposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

§ 1º No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, 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 reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

§ 2º Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei.

Art. 7º O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º desta Lei será composto dos seguintes quesitos:

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

Art. 8º O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

Art. 9º As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

§ 1º O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

§ 2º A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

Art. 10º As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta



por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 3º Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, a relação prevista no § 2º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 4º A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

§ 5º Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

§ 6º Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

§ 7º A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.

§ 8º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

§ 9º O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.

§ 10. Nas licitações previstas nesta Lei, quando processadas sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou marketing.

Art. 11: Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

§ 1º Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

§ 2º Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente ou especial se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

§ 3º A comissão permanente ou especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I – abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II – encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III – análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

IV – elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

V – análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI – elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão



permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

IX - abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto nos incisos II, III e IV do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, nas licitações do tipo "melhor técnica", e ao disposto no § 2º do art. 46 da mesma Lei, nas licitações do tipo "técnica e preço";

X - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XI - convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XII - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso;

XI deste artigo, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIII - decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XIV - reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII deste artigo, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º desta Lei.

Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4º do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

**CAPÍTULO III
DOS CONTRATOS DE SERVIÇOS DE
PUBLICIDADE E DA SUA EXECUÇÃO**

Art. 13. A definição do objeto do contrato de serviços previstos nesta Lei e das cláusulas que o integram dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório da licitação e aos termos da legislação em vigor.

Parágrafo único. A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

Art. 14. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º desta Lei.

§ 1º O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

§ 2º No caso do § 1º deste artigo, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

§ 3º O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no § 2º deste artigo.



Art. 15. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

Parágrafo único. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

Art. 16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

Parágrafo único. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

Art. 17. As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

CAPÍTULO IV DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 18. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no parágrafo único do art. 15 desta Lei.

§ 1º A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no caput deste artigo, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

§ 2º As agências de propaganda não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses dos contratantes, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

§ 3º O desrespeito ao disposto no § 2º deste artigo constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 19. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

Art. 20. O disposto nesta Lei será aplicado subsidiariamente às empresas que possuem regulamento próprio de contratação, às licitações já abertas, aos contratos em fase de execução e aos efeitos pendentes dos contratos já encerrados na data de sua publicação.

Art. 21. Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e na lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública, inclusive quando for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da administração pública.

Art. 22. Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

Brasília, 29 de abril de 2010; 189º da Independência e 122º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Luiz Paulo Teles Ferreira Barreto

Este texto não substitui o publicado no DOU de 30.4.2010



SUGESTÃO SIMPLIFICADA DE BRIEFING

DADOS DO CLIENTE

Cliente:	JOB Nº :
Produto:	
Cidade:	Estado:
Endereço:	
CNPJ/CPF:	
Inscrição Estadual/RG:	Inscrição Municipal:
Telefones:	E-mail:
Contato:	
Tel/Celular:	E-mail:

RESPOSTAS DO BRIEFING

DATA DA VISITA:	DATA DA ENTREGA:
FORMATO:	CORES:
1. Fato Principal?	
.....	
.....	
2. Problema a ser resolvido pela comunicação?	
.....	
.....	
3. Objetivo da comunicação?	
.....	
.....	
4. Estratégia Criativa?	
- Roteiro de Criação:	
.....	
.....	
- Definição do público alvo, da mensagem e da oferta:	
.....	
.....	
- Concorrência direta e indireta?	
.....	
.....	



- Principal promessa a ser comunicada?
- Razão da promessa?
- Obrigatoriedade e limitações?
5. Estratégia de Mídia?
6. Instruções Específicas – obrigatoriedade?
7. Critérios para seleção de mídias?
8. Datas de aniversário da empresa e dos diretores (dia e mês)?
9. Posicionamento?
10. Pontos Fortes?
11. Pontos Fracos?
12. Ameaças?



13. Oportunidades?
14. O que mais os clientes adoram? 1° 2° 3°
15. O que mais os clientes reprovam? 1° 2° 3°
16. Qual a proposta da empresa / produto / serviço?
17. O que as pessoas procuram?
18. Verba para pesquisa?
19. Verba para planejamento?
20. Verba para criação, concepção ?
21. Verba para produção ?
22. Verba para veiculação, exibição ?
23. O seu preço é formado pela composição de custos? E ou pelo valor percebido?

24. Faturamento, mensal e ou anual?



25. Outros?

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES – RAFF.

Area with horizontal dotted lines for providing complementary information.

As informações aqui prestadas são confidenciais ao cliente e à Agência.

_____ de _____ de 20 _____

Assinatura ou rubrica do cliente com carimbo

Assinatura ou rubrica pela agência



MODELO SIMPLES DE CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE.

Pelo presente instrumento particular de Contrato, a AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, com sede na Logradouro, Nome do Bairro, CEP 00.000-000, na cidade de Cidade/UF, telefone (DDD) 0000-0000, inscrita no CNPJ sob o nº 00.000.000/0000-00, e o cliente: ANUNCIANTE, sediado na Logradouro, nº 000, Nome do Bairro, CEP 00.000-000, na cidade de Cidade/UF, telefone (DDD) 0000-0000, inscrita no CNPJ sob o nº 00.000.000/0000-00, doravante denominado neste documento como CONTRATANTE, ambas devidamente representadas na forma de seus Respectivos Contratos Sociais, têm entre si justo e acordado o presente Contrato de Prestação de Serviços, que se regerá pelas cláusulas e condições seguintes:

1 – DO OBJETO DO CONTRATO

1.1 O presente Contrato tem como objeto, a prestação pela CONTRATADA à CONTRATANTE, de qualquer dos seguintes serviços, nas áreas de publicidade, propaganda, promoção, eventos e merchandising:

- a) criação e execução de peças/campanhas de comunicação para qualquer mídia de massa, dirigida/internet/mídias alternativas, bem como distribuição direta;
- b) criação e execução de peças/campanhas promocionais/institucionais; para qualquer tipo de mídia e exibição direta;
- c) operacionalização e controle de ações promocionais;
- d) realização de eventos promocionais, culturais etc;
- e) acompanhamento da produção de quaisquer materiais publicitários e/ou promocionais;
- f) distribuição de materiais publicitários e/ou promocionais à divulgação.

1.2. Para realização dos serviços acima indicados, a CONTRATADA desenvolverá trabalhos preliminares tais como:

- a) briefing/pesquisas;
- b) análise das estratégias de comunicação;
- c) geração de estudos alternativos;
- d) planejamento, criação e execução interna de materiais.

1.3. Todos os serviços só serão executados mediante prévia aprovação por escrito da CONTRATANTE.

2 – DO PRAZO DO CONTRATO.

2.1. Esse Contrato vigorará entre as partes por prazo indeterminado, podendo ser rescindido, sem qualquer ônus ou penalidade, mediante prévio aviso por escrito com 60 (sessenta) dias de antecedência.

2.2. Durante o prazo de aviso-prévio, a CONTRATADA atenderá normalmente à CONTRATANTE, em todas as suas necessidades. Findo o prazo de aviso-prévio, a CONTRATANTE obriga-se a pagar todas as despesas que se vencerem após tal término, desde que por ela prévia e expressamente autorizadas.

3. DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

3.1. Pela prestação dos serviços objeto desse Contrato, a CONTRATANTE pagará à CONTRATADA:

- a) Custos Internos: segundo a Lista Referencial de Custos e Serviços Internos do SINAPRO Pará – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará em vigor;
- b) Acompanhamento da produção de materiais executada por terceiros: 15% (quinze por cento);

§ Único – Os serviços de planejamento de mídia, acompanhamento do cumprimento do plano de mídia, check-in, compensação de eventuais falhas e outros são remunerados pelos Veículos de Divulgação, através do “Desconto Padrão de Agência” previsto na legislação aplicável.

3.2. A CONTRATANTE reembolsará à CONTRATADA, as despesas com transporte de materiais, viagens a serviços (passagens, traslado, hospedagem) e alimentação, sempre que necessárias, desde que previamente submetidas e aprovadas pela CONTRATANTE, e comprovadas por documentação original.

3.3. Os pagamentos serão sempre efetuados mediante apresentação pela CONTRATADA, no local indicado pela CONTRATANTE, da respectiva Nota Fiscal/Fatura, corretamente emitida, acompanhada dos comprovantes das despesas nela contidas. Os pagamentos serão efetuados no prazo de 10 (dez) dias corridos.



3.3.1. A CONTRATADA deverá anexar ao seu faturamento, as notas fiscais de terceiros (Fornecedores e veículos), em nome da CONTRATANTE.

3.4. O atraso no pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura por parte da CONTRATANTE, implicará na assunção por parte da CONTRATANTE, de todos os acréscimos incorridos e dele decorrentes, que venham a ser cobrados por parte dos Fornecedores e Veículos.

3.4.1. No tocante à remuneração da CONTRATADA, tal atraso implicará na incidência de multa moratória de 2% (dois por cento), acrescida de juros de mora de 1% (hum por cento) ao mês ou fração.

4 – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. A CONTRATADA obriga-se a:

- a) cumprir fielmente todas as obrigações ora acordadas;
- b) submeter à CONTRATANTE, para prévia aprovação escrita, todo texto proposto, layouts, arte e quaisquer outros materiais de comunicação antes de encaminhá-los à produção externa e à divulgação;
- c) contratar regularmente os modelos/artistas que participarem da produção externa e ou interna, autorizando previamente a utilização das respectivas imagens e som de voz, fornecendo à CONTRATANTE uma cópia dos contratos celebrados;
- d) licenciar regularmente os direitos autorais incidentes sobre as obras preexistentes, que venham a ser incluídas na produção, tais como, porém não exclusivamente, trilhas, quadros, esculturas etc;
- e) respeitar a legislação vigente aplicável a atividade publicitária, criando e produzindo materiais publicitários e/ou promocionais dentro das normas previstas no Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, no Código de Defesa do Consumidor e demais em vigor.

5 – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

5.1. A CONTRATANTE obriga-se a:

- a) aprovar em tempo hábil as Notas Fiscais/Faturas da CONTRATADA, a fim de respeitar as condições de pagamento por ela pactuadas com Fornecedores e Veículos, previamente aprovadas pela CONTRATANTE;
- b) fornecer à CONTRATADA todas as informações necessárias à correta criação das peças/campanhas publicitárias;
- c) manter em seu poder, para exibição a terceiros, os dados fáticos, técnicos e científicos que fundamentarem as mensagens publicitárias, conforme disposto no § único do art. 36 do Código de Defesa do Consumidor.

6 – DA CONFIDENCIALIDADE

6.1. Cada uma das partes, por si e por seus funcionários compromete-se a manter como confidenciais, os termos deste Contrato e de todas as outras informações e conhecimentos não públicos, recebido sem decorrência desse Contrato, objetivando sua execução, não podendo abri-las acessíveis a quaisquer terceiros sem concordância expressa da outra parte.

7 – DA EXCLUSIVIDADE

7.1. A CONTRATADA compromete-se a prestar seus serviços com inteira exclusividade, à CONTRATANTE, e essa se compromete a realizar o planejamento, a criação, a produção e distribuição de materiais/campanhas publicitárias e/ou promocionais, apenas através da CONTRATADA.

8 – DAS RESPONSABILIDADES TRABALHISTAS

8.1. O presente Contrato não estabelece qualquer relação de emprego entre a CONTRATANTE e os empregados da CONTRATADA, sendo a última citada a única e exclusiva responsável pela contratação, pagamento e demissão de seus funcionários, durante o prazo de vigência desse Contrato.

8.2. A CONTRATADA compromete-se a cumprir fielmente a legislação trabalhista, previdenciária, fundiária e tributária, bem como as normas relativas à segurança e medicina do trabalho em relação aos seus empregados.

9 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

9.1. É expressamente vedada a cessão ou transferência desses Contratos a terceiros, salvo de comum acordo entre as partes.

9.2. Todos os entendimentos sobre o andamento ou alteração do objeto, termos e condições desse Contrato, deverão ser mantidos por escrito, mediante Termos Aditivos assinados pelos representantes legais das partes, sendo certo que acordos verbais não produzirão quaisquer efeitos entre elas.



TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2021C

9.3. Esse Contrato foi ajustado dentro dos princípios da boa-fé e probidade, sem qualquer vício de consentimento.

10 – DO FORO

10.1. As partes elegem o foro da comarca de Belém, estado do Pará, para dirimir questões decorrentes desse Contrato, com exclusão de qualquer outro por mais privilegiado que seja. E por estarem justas e contratadas, as partes firmam o presente Contrato em 02 (duas) vias de iguais teor e forma, perante as testemunhas abaixo, para que produza todos os efeitos de direito.



Belém-PA, de de 20....

CONTRATANTE

Anunciante Diretor

CONTRATADA

Agência de Publicidade Publicitário

TESTEMUNHAS 01:

Nome CPF RG

TESTEMUNHAS 02:

Nome CPF RG



O PREGÃO É PROIBIDO PARA SELEÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PRODUTORA DE ÁUDIO E VÍDEO. PRIMEIRO PRECISA PESQUISAR, PLANEJAR, CRIAR, PARA DEPOIS PRODUZIR E VEICULAR. A FUNÇÃO CRIATIVA NA INDÚSTRIA DA PROPAGANDA É DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE.

1. A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública somente pode ser procedida dentro das "normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e publicidade", estabelecidas pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, em seu art. 1, §1º.

2. A referida Lei dispõe expressamente em seu art. 5º:

"Art. 5º - As licitações previstas nesta Lei, serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

3. As modalidades definidas pelo art. 5º, da Lei nº 12.232/10, para licitação e contratação de serviços publicitários, portanto, só podem ser:

- concorrência;
- tomada de preços; e
- convite.

E tais modalidades só podem ocorrer nos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço", descartadas quaisquer outras modalidades e tipos.

4. A modalidade de pregão, não se encontra mencionada no art. 22 da Lei nº 8.666/93, portanto não se aplica à contratação de serviços publicitários e nem poderia se aplicar, porque os citados serviços são de natureza intelectual e não podem ser contratados através de registro de preços. Sua contratação exige apresentação de "Proposta Técnica" porque os serviços publicitários ocorrem através de honorários percentuais, e não de preços fixos. Tais honorários percentuais são calculados sobre preços de terceiros, Fornecedores e Veículos e os preços mencionados oscilam segundo a maior ou menor dificuldade de produção dos materiais desejados, bem como o meio de divulgação a que destinam os referidos materiais.

5. "O pregão somente pode ser utilizado para contratação de bem ou serviço comum, aquele destituído de alguma peculiaridade de que derive ausência de sua disponibilidade no mercado, para aquisição a qualquer tempo. Portanto, se a administração pretender promover registro de preços para bens e serviços que não são comuns (na acepção adotada na legislação do pregão) ser-lhe-á imperioso valer-se da concorrência (...)", leciona o Prof. Dr. Marçal Justen Fº, in Comentários à Lei de Licitação e Contratos Administrativos, 14ª ed., p. 201, n.8.12.3.2, in fine.

6. Serviços comuns são os serviços que compreendem atividade ampla e genéricas como os serviços de limpeza, pintura, manutenção em geral, transporte etc., que se assemelham entre si, e podem ser contratados tomando-se o preço como fator relevante.

Os serviços publicitários como intelectuais que são, tem seu fulcro na criatividade, no planejamento e na qualidade da produção e divulgação.

Não há duas campanhas publicitárias iguais e nem poderia haver, pois uma delas seria plágio da outra.

Os serviços publicitários somente podem ser licitados através das normas contidas na Lei nº 12.232/10, pois se trata de uma legislação específica para licitação e contratação de serviços publicitários.

7. Assim sendo, a modalidade "pregão" não se aplica à licitação de serviços publicitários e nem à contratação dos mesmos. Também é inaplicável à matéria, os sistemas correspondentes a "atos de preços" ou "registro de preços" que somente, correspondem a serviços de natureza comum.

Os serviços publicitários apenas podem ser licitados nas modalidades "concorrência", "tomada de preços" e "convite", e nos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

8. Por fim lembramos que o descumprimento da Lei nº 12.232/10, por parte do agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, implicará na anulação do certame, sem prejuízo da apuração de responsabilidade administrativa, civil ou até mesmo criminal dos envolvidos, conforme disposto no art. 12 da citada Lei.

Administrativamente, a pena é a prescrita no art. 90 da Lei nº 8.666/93 com alterações posteriores, e corresponde a detenção de 02 (dois) a 04 (quatro) anos e multa. Para tanto, basta denunciar ao Tribunal de Contas da União e/ou ao Ministério Público.

Permanecemos ao mais inteiro dispor.

Diretoria SINAPRO/PARÁ

FENAPRO



TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2021C



1 - ANÚNCIO PARA REVISTA

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
001	Página Dupla	3.950,00	6.307,00	10.257,00
002	1 Página	3.037,00	4.850,00	7.887,00
003	1/2 Página	2.172,00	3.178,00	5.350,00
004	3/4 Página	1.130,00	2.067,00	3.197,00
005	Demais formatos, utilizar o valor cm/col. proporcional ao tamanho do anúncio / o formato da revista, tendo como base o custo de uma página. Refação por mudança de briefing: adicional de 30%. Adaptação de peças para outros formatos ou veículos: 50% do valor original"			

2 - ANÚNCIO PARA JORNAL

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
006	Até 1/10 de página	693,00	1.002,00	1.695,00
007	acima de 1/10 a 1/5 de página	1.116,00	1.436,00	2.552,00
008	acima de 1/5 a 1/3 de página	1.367,00	2.083,00	3.450,00
009	acima de 1/3 a 1/2 página	2.048,00	3.460,00	5.508,00
010	acima de 1/2 página a 1 página	2.530,00	4.960,00	7.490,00
011	Acima de 1 página, calcular proporcionalmente o valor tomando como base o valor do item 010.. Refação por mudança de briefing: Adicional de 30%. Adaptação de peças para outros formatos ou veículos: 50% do valor original.			

3 - INFORME PUBLICITÁRIO

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
012	Até 1/10 de página		1.400,00	1.400,00
013	acima de 1/10 a 1/5 de página		2.155,00	2.155,00
014	acima de 1/5 a 1/3 de página		3.120,00	3.120,00
015	acima de 1/3 a 1/2 página		5.278,00	5.278,00
016	acima de 1/2 página a 1 página		7.434,00	7.434,00
017	Acima de 1 página, calcular proporcionalmente o valor tomando como base o valor do item 017..			

4 - ANÚNCIO PUBLICIDADE LEGAL/BALANÇOS

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
018	Até 1/10 de página		1.357,00	1.357,00
019	acima de 1/10 a 1/5 de página		1.960,00	1.960,00
020	acima de 1/5 a 1/3 de página		2.836,00	2.836,00
021	acima de 1/3 a 1/2 página		4.805,00	4.805,00
022	acima de 1/2 página a 1 página		6.757,00	6.757,00
023	Acima de 1 página, calcular proporcionalmente o valor tomando como base o valor do item 023..			


5 - COMERCIAL/VÍDEO PARA TELEVISÃO, CINEMA, DOOH, INTERNET E COMUNICAÇÃO INTERNA

ITEM	ESPAÇO/DURAÇÃO	Roteiro
024	15" e 30"	6.624,00
025	60"	10.110,00
026	Espaço Empresarial	12.688,00
027	Story Board (por quadro)	280,00
028	Documentário (por minuto)	5.576,00
029	Vinheta / Assinatura / Patrocínio	894,00
030	Podcast - p/ minuto	1.456,00

6 - COMERCIAL PARA RÁDIO

ITEM	TIPO/ DURAÇÃO	Roteiro
031	Spot 30"	1.820,00
032	Spot 60"	2.934,00
033	Jingle 30"	3.490,00
034	Jingle 60"	4.885,00

7 - GRAVAÇÃO - EDITORAÇÃO - DIGITAÇÃO

ITEM	TIPO	Valor
035	Gravação de CD (unid.)	119,00
036	Digitação (por lauda)	714,00
037	Outros idiomas	Mais 50%
038	Tratamento/Aplicação de imagens (p/ imagem)	140,00
039	Editoração de tabela ou gráfico (unid.)	2.196,00
040	Mapa de localização (unid.)	2.759,00

8 - MÍDIA OUT OF HOME (OOH)

ITEM	MÍDIA EXTERIOR - PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
041	Busdoor	1.635,00	1.095,00	2.730,00
042	Painel Exterior	3.067,00	2.517,00	5.584,00
043	Outdoor simples (traço)	2.964,00	2.125,00	5.089,00
044	Outdoor/ Backlight / Frontlight	4.293,00	2.730,00	7.023,00
045	Empena de prédios fachada até 50 m	3.546,00	2.361,00	5.907,00
046	Empena de prédios fachada acima de 50 m	4.254,00	2.836,00	7.090,00
047	Envelopamento de Veículos	2.819,00	1.880,00	4.699,00
048	Faixa de rua	556,00	367,00	923,00
049	Balão	856,00	604,00	1.460,00
050	Painel eletrônico	4.329,00	2.891,00	7.220,00
051	Placa de obra	693,00	462,00	1.155,00
052	Painel ilustrado	3.446,00	2.300,00	5.746,00



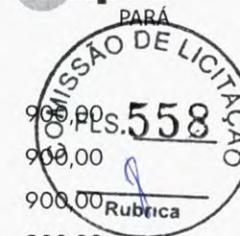
TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2021C



053	Placa de sinalização	693,00	462,00	1.155,00
054	Tapume por m ²	616,00	414,00	1.030,00
055	Totem	2.858,00	1.906,00	4.764,00
056	Refeição – adicional mínimo de 30%			
ITEM	MOBILIÁRIO URBANO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
057	Painel frontal de abrigo de ônibus	4.730,00	1.920,00	6.650,00
058	Painel lateral de abrigo de ônibus	4.730,00	1.920,00	6.650,00
059	Relógio	2.737,00	1.793,00	4.530,00
060	Testeira de ponto de ônibus	3.812,00	2.022,00	5.834,00
061	Outros	3.546,00	2.361,00	5.907,00
ITEM	MÍDIA INTERNA (Shopping, restaurantes, academias, aeroportos, supermercados)	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
062	Adesivação de balcão promocional	2.271,00	1.204,00	3.475,00
063	Adesivo de chão	2.271,00	1.204,00	3.475,00
064	Adesivo de elevador	2.271,00	1.204,00	3.475,00
065	Adesivo de espelho banheiro	2.271,00	1.204,00	3.475,00
066	Adesivo de mesa (alimentação)	2.271,00	1.204,00	3.475,00
067	Adesivo lateral de escada rolante	2.836,00	1.503,00	4.339,00
068	Banner / Cartaz AB (avenida / corredor shopping)	3.549,00	1.877,00	5.426,00
069	Cancela de estacionamento	2.502,00	1.318,00	3.820,00
070	Bandeirola	2.271,00	1.204,00	3.475,00

9 - MATERIAIS PROMOCIONAIS

ITEM	BRINDES - PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
071	Agenda (capa)	1.204,00	915,00	2.119,00
072	Boné / Viseira	1.204,00	915,00	2.119,00
073	Baralho	1.204,00	915,00	2.119,00
074	Botton	912,00	373,00	1.285,00
075	Bolacha de chopp	912,00	373,00	1.285,00
076	Camisa	1.204,00	915,00	2.119,00
077	Caneta	556,00	344,00	900,00
078	Chaveiro	912,00	376,00	1.288,00
079	Display, balcão de parede	2.271,00	1.198,00	3.469,00
080	Copo	556,00	344,00	900,00
081	Faixa	1.204,00	915,00	2.119,00
082	Lápis	556,00	344,00	900,00
083	Leque	1.204,00	915,00	2.119,00
084	Guarda Sol	1.204,00	915,00	2.119,00
085	Guardanapo	915,00	373,00	1.288,00
086	Medalha	915,00	373,00	1.288,00
087	Marcador de página	577,00	387,00	964,00



088	Mousepad	556,00	344,00	900,00
089	Pulseira	556,00	344,00	900,00
090	Necessaire	556,00	344,00	900,00
091	Porta garrafa / lata	556,00	344,00	900,00
092	Régua	581,00	387,00	968,00
093	Sacola / Bolsa	882,00	595,00	1.477,00
094	Squeeze	1.204,00	915,00	2.119,00
095	Toalha	1.204,00	915,00	2.119,00
096	Troféu	2.271,00	1.204,00	3.475,00
097	Viseira / bandana / cachecol / gorro	1.204,00	915,00	2.119,00
098	Outros brindes – valor mínimo	556,00	344,00	900,00
099	Outros brindes – valor máximo	2.605,00	1.500,00	4.105,00

10 - MATERIAL GRÁFICO

ITEM	IMPRESSOS - PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
100	Adesivos	885,00	525,00	1.410,00
101	Agenda (capa + miolo)	1.646,00	931,00	2.577,00
102	Álbum / Book – impresso ou digital – página	2.520,00	2.520,00	5.040,00
103	Bula	3.032,00	2.468,00	5.500,00
104	Broadside – página	2.520,00	2.520,00	5.040,00
105	Capa de Carnê	1.156,00	953,00	2.109,00
106	Calendário de parede – página	1.890,00	1.260,00	3.150,00
107	Capa – CD	3.625,00	2.270,00	5.895,00
108	Caderno (capa + miolo) – página	1.890,00	1.890,00	3.780,00
109	Capa de catálogo – página	1.890,00	1.890,00	3.780,00
110	Cardápio – página	1.890,00	1.890,00	3.780,00
111	Cartão de Natal	2.271,00	1.204,00	3.475,00
112	Cartão Postal	1.552,00	1.469,00	3.021,00
113	Cartaz/Cartazete	2.520,00	1.890,00	4.410,00
114	Cartilha – Texto/Arte/Diagramação – página	1.890,00	1.260,00	3.150,00
115	Catálogo de moda – página	4.095,00	1.890,00	5.985,00
116	Catálogo de produto – página	1.260,00	1.260,00	2.520,00
117	Catálogo de serviço – página	945,00	945,00	1.890,00
118	Cinta	1.371,00	915,00	2.286,00
119	Convite	2.270,00	1.204,00	3.474,00
120	Crachá	912,00	376,00	1.288,00
121	Cupom	744,00	542,00	1.286,00
122	Diploma	2.270,00	1.200,00	3.470,00
123	Etiqueta	478,00	298,00	776,00
124	Ficha de inscrição	556,00	402,00	958,00
125	Folder – lâmina/cm ²	4,00	3,00	7,00



TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2021C



126	Máscara para efeitos pós-produção de impressos (verniz localizado, cor especial, cortes, etc.) - cm ² da lâmina onde será aplicada.		3,00	
127	Folheto Grampeado – capa – lâmina/cm ²	4,00	3,00	7,00 Rubrica
128	Folheto Grampeado – página– interna/cm ²	4,00	3,00	7,00
129	House Organ – página/cm ²	6,00	4,00	10,00
130	Livro – Capa/cm ²	20,00	11,00	31,00
131	Livro – Página Interna/cm ²	3,00	2,00	5,00
132	Mala Direta – lâmina/cm ²	4,00	3,00	7,00
133	Manual – impresso ou digital – Capa	2.520,00	2.520,00	5.040,00
134	Manual – impresso ou digital – Página Interna	2.520,00	1.890,00	4.410,00
135	Papel Bandeja	604,00	396,00	1.000,00
136	Portfólio – por página	3.465,00	1.260,00	4.725,00
137	Raspadinha	1.620,00	1.237,00	2.857,00
138	Risque rabisque	1.010,00	724,00	1.734,00
139	Relatório – impresso ou digital – Capa	5.040,00	2.520,00	7.560,00
140	Relatório – impresso ou digital – Página Interna	1.890,00	1.890,00	3.780,00
141	Revista – Capa	6.300,00	2.520,00	8.820,00
142	Revista – Página Interna (unidade)	2.520,00	1.890,00	4.410,00
143	Santinho / Praguinha	630,00	630,00	1.260,00
144	Tabela de preços – por página	5.040,00	2.520,00	7.560,00
145	Volante/Panfleto/Flyer – Impresso com 1 ou 2 faces, sem dobras	1.260,00	945,00	2.205,00

11 - PROGRAMAÇÃO VISUAL

ITEM	TIPO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
146	Adesivo	2.725,00	1.460,00	4.185,00
147	Backdrop	2.738,00	1.849,00	4.587,00
148	Bandeirola (por modelo)	1.390,00	933,00	2.323,00
149	Banner	1.200,00	912,00	2.112,00
150	Blimp / roof	1.185,00	1.099,00	2.284,00
151	Caixa	2.556,00	2.395,00	4.951,00
152	Cubo	2.151,00	1.289,00	3.440,00
153	Display	2.151,00	1.289,00	3.440,00
154	Display de chão / totem	2.151,00	1.289,00	3.440,00
155	Display ponta de gôndola	2.151,00	1.289,00	3.440,00
156	Display de vitrine	2.151,00	1.289,00	3.440,00
157	Envelopamento de frota (da empresa)	9.208,00		9.208,00
158	Envelopamento / Lona de Caminhão	9.208,00		9.208,00
159	Faixa de Gôndola / Testeira	1.290,00	1.086,00	2.376,00
160	Fundo de Palco	2.738,00	1.849,00	4.587,00
161	Inflável	1.185,00	1.099,00	2.284,00



162	Layout de frota	9.208,00		9.208,00
163	Mobile	1.370,00	916,00	2.286,00
164	Nome Fantasia	13.597,00		13.597,00
165	Nome do Produto	13.597,00		13.597,00
166	Nome de Empreendimento Imobiliário	8.164,00		8.164,00
168	Projeto de sinalização	42.369,00		42.369,00
169	Painel	2.738,00	1.849,00	4.587,00
170	Placa	2.151,00	1.289,00	3.440,00
171	Púlpito	2.151,00	1.289,00	3.440,00
172	Saia de mesa	2.284,00	1.675,00	3.959,00
173	Uniformes	7.032,00		7.032,00
174	Woobler / stopper	1.430,00	1.262,00	2.692,00

12 - MATERIAIS DIFERENCIADOS

ITEM MEDIANTE ORÇAMENTO ESPECÍFICO

175	Stands para feiras / eventos (identidade visual) – custo por m ²
176	Envelopamento de prédios – custo por m ²
177	Fachadas de lojas – custo por projeto
178	Impressos especiais
179	Símbolo
180	Trios elétricos (testeira / adesivo / painel)
181	Vitrines – custo por projeto

13 - CRIAÇÃO DE CAMPANHAS

ITEM TIPO

182	Criação de tema / conceito de campanha (key visual)	22.640,00
-----	---	-----------

14 - PAPELARIA

ITEM	TIPO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
183	Bloco de anotações	748,00	462,00	1.210,00
184	Cartão personalizado / agradecimento	748,00	462,00	1.210,00
185	Cartão de visita	929,00	570,00	1.499,00
186	Cartão de visita – alteração de nome / endereço	0,00	570,00	570,00
187	Envelope Simples 1	846,00	783,00	1.629,00
188	Envelope saco / ofício	1.099,00	1.018,00	2.117,00
189	Papel carta / ofício	724,00	555,00	1.279,00
190	Papel embrulho / presente	940,00	720,00	1.660,00
191	Pasta	1.817,00	1.200,00	3.017,00
192	Recibos, faturas e outros papéis de escritório	724,00	555,00	1.279,00
193	Refação – adicional mínimo de 30%. Valores reais			



TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2021C



15 - LOGOTIPIA

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
194	Marca / Logotipo do Produto			27.190,00
195	Manual de identidade visual (por lâmina)			13.114,00
196	Marca / Empresa			34.155,00
197	Marca / Evento Temporário / Selo Comemorativo			6.800,00
198	Marca / Logotipo imobiliário			8.156,00
199	Marca / Reformulação			7.083,00
200	Slogan			7.123,00

16 - EMBALAGENS

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
202	Berço	6.472,00	3.158,00	9.630,00
203	Caixa de embarque	4.248,00	2.226,00	6.474,00
204	Caixa de display de produto	14.275,00	5.585,00	19.860,00
205	Cartela / tag	3.438,00	2.052,00	5.490,00
206	Cartela com saco	12.034,00	2.734,00	14.768,00
207	Embalagem adaptação	5.158,00	5.587,00	10.745,00
208	Embalagem produto	10.225,00	4.538,00	14.763,00
209	Embalagem blister / sampling	5.297,00	3.291,00	8.588,00
210	Embalagem de linha de produtos (até 5 unid.)	68.775,00	22.337,00	91.112,00
211	Embalagem promocional	15.549,00	5.587,00	21.136,00
212	Luva	9.166,00	3.004,00	12.170,00
213	Mock-ups (sem custo de terceiros)	13.156,00	5.259,00	18.415,00
214	Rótulo	1.592,00	1.258,00	2.850,00
215	Sacola	2.386,00	1.280,00	3.666,00
216	Vinheta de embalagem	3.012,00	1.808,00	4.820,00

17 - ENCARTES

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
218	Standard 1/2 página (frente e verso)	6.919,00	2.769,00	9.688,00
219	Standard 1 página (frente e verso)	9.899,00	2.769,00	12.668,00
220	Standard página dupla (frente e verso)	14.156,00	4.160,00	18.316,00
221	Tabloide 4 pág. (standard 1 dobra) – p/ lâmina	10.891,00	6.401,00	17.292,00
222	Berliner – p/lâmina (frente e verso) 223	10.398,00	4.577,00	14.975,00
223	Encarte – CD (por lâmina)	385,00	4.370,00	4.755,00
224	Encarte – Revista (por lâmina)	4.850,00	590,00	5.440,00



SERVIÇOS DIGITAIS

18 - ANÚNCIOS DISPLAY

ITEM	PEÇAS	PREÇOS REFERÊNCIA
225	Master (quaisquer dimensões)	7.400,00
226	Adaptação anúncio estático (quaisquer dimensões)	2.950,00
227	Adaptação anúncio animado (quaisquer dimensões)	3.247,00
228	Replicação (Ajuste de formato para outros veículos) - por formato	864,00
229	Replicação 18 formatos GDN*	10.883,00

*Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS	DIMENSÕES PIXEL
Arranha-céu (Skyscraper)	120 X 600
Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (Cabeçalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 – 728 x 300
Giga banner (Cabeçalho grande)	970 x 90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200
Meia página (Half page)	300 x 600
Outdoor (Billboard)	970 x 250
Dhtml / Floater	Variável, até 72.200 pixels de área
FORMATOS MOBILE	
Small Banner	120x20
Medium Banner	168x28
Large Banner	216x36
FORMATOS SMART PHONES – WEB & APPS	
Banner e Banner Expansível	300x50
Wide Banner e Wide Banner Expansível	320x50
Interstitial	300x250

Observação: Formatos padrão IAB e Rede Display Google (GDN).
Sujeitos a alteração.



SERVIÇOS DIGITAIS

19 - OUTRAS PEÇAS

ITEM	PEÇAS	VALOR REFERÊNCIA
	Apresentação de Slides	
248	Projeto Gráfico	20.146,00
249	Telas - por unidade	2.170,00
250	Post simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	6.647,00
251	Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	13.293,00
252	Cover para Redes Sociais	6.647,00
ITEM	PEÇAS	criação / ANIMAÇÃO / PROGRAMAÇÃO
253	Anúncio para Tablet Horizontal ou Vertical	14.798,00
254	Anúncio para Tablet Horizontal e Vertical	22.196,00

Observações:

- 1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.
- 2) Os preços de anúncio para tablets incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.

20 - PROJETOS

Os preços a seguir referem-se a projetos solicitados com mais frequência por clientes. Incluem os custos de horas-homem dos profissionais envolvidos, das áreas Atendimento, Planejamento, Gestão, Design/ Criação, Programação e Produção de Conteúdo.

PREÇOS REFERENCIAIS

A realização de um projeto pode utilizar profissionais de todas as áreas ou não. Além disso, os projetos têm especificidades e graus de complexidade diferentes, que demandam mais ou menos horas-homem. Por isso, sugerimos a seguir preços referenciais baseados em projetos de média complexidade.

ETAPAS DE TRABALHO

Etapas de trabalho possíveis para um projeto: diagnóstico, planejamento, protótipo, layout, desenvolvimento (programação) e produção de conteúdo. A existência ou não de todas as etapas depende da natureza e do grau de complexidade do projeto.

21 - BUSINESS INTELLIGENCE

A disciplina Business Intelligence é ampla com várias áreas de atuação, tais como: big data, análise qualitativa e quantitativa de dados, planejamento de TI, banco de dados, entre outras. Escolhemos inserir o preço referência do serviço mais demandado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
257	Análise de BI - análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações. A análise consiste na interpretação do dados tabulados extraindo informações relevantes para a validação da estratégia e objetivos definidos para a ação (KPIs), gerando relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes nas diversas ações em desenvolvimento.	13.317,00

Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.
REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.

**22 - CAMPANHAS DIGITAIS****PLANEJAMENTO DE CAMPANHA**

Abrange 2 áreas distintas: planejamento estratégico de campanhas digitais e planejamento de mídia para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz SWOT e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
259	<p>PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE CAMPANHAS DIGITAIS A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.</p>	69.944,00
260	<p>PLANEJAMENTO DE MÍDIA PARA CAMPANHAS DIGITAIS A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, somados as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definirá: canais digitais que melhor atendem a estratégia definida, volume de mídia em cada canal, plano de mídia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente.</p>	47.752,00

Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.
REFAÇÃO – ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.

GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE

Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
262	<p>REDE DE PESQUISA (LINKS PATROCINADOS) Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.</p>	20% da verba gerenciada
263	<p>REDE DE DISPLAY Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.</p>	20% da verba gerenciada
264	<p>PROGRAMÁTICA Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.</p>	20% da verba gerenciada

Observação: Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 5.200/mês.
REFAÇÃO – ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.



TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2021C

23 - REDES SOCIAIS

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERENCIAL
266	<p>PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders.</p>	53.859,00
268	<p>GESTÃO CANAIS E CONTEÚDO PARA REDES SOCIAIS Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Custo mensal incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação;• Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros;• Planejamento recorrente dos temas abordados no mês;• Customização das fanpages com o mote do período;• Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo junto ao cliente;• Volumetria: até 03 redes sociais, postagens nas seguinte quantidades: Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana;• Insights para a produção de conteúdo;• Entrega e apresentação de relatório mensal. <p>Observação: para serviços com volumetria acima do previsto, o valor deverá ser calculado proporcionalmente ao recomendado.</p>	24.757,00
269	<p>GESTÃO DE MONITORAMENTO Custo mensal incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none">• Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000 menções/mês);• Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens;• Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados;• Monitoramento de menções e temperatura de humor;• Monitoramento de resultados de ações e campanhas;• Indicadores de desempenho (KPIs);• Acordo de Nível de Serviço 8h/5dias semanais;• Entrega e apresentação de relatório mensal. <p>Observação: para serviços com volumetria acima do previsto, o valor deverá ser calculado proporcionalmente ao recomendado.</p>	15.460,00
270	<p>GESTÃO DE RELACIONAMENTO Custo mensal incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none">• Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca;• Classificação do perfil de seguidores e influenciadores;• Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade;• Acordo de Nível de Serviço 8h/5dias semanais;• Volume médio de 150 interações por mês;• Entrega e apresentação de relatório mensal. <p>Observação: Os preços não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais. Para serviços com volumetria acima do previsto, o valor deverá ser calculado proporcionalmente ao recomendado. REFAÇÃO – ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.</p>	21.790,00





24 - SEO - SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
	<p>PLANEJAMENTO</p> <p>Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análise do comportamento de busca do mercado da empresa • Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência; 	
271	<ul style="list-style-type: none"> • Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio; • Definição dos melhores canais (buscadores); • Definição dos tipos de conteúdo mais adequados • Definição das estratégias de link building; • Análise do Ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority); • Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas; • Traffic source – tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores; • Análise do Campo Semântico para qualificação da audiência desejada; • Definição da estratégia de Gestão de Autoridade; • Definição de Metas e KPIs. 	45.560,00

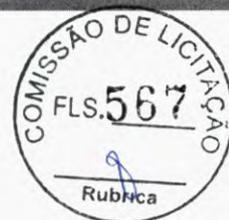
GESTÃO

A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. Inclui link building, instruções técnicas para otimização de páginas, códigos do site, otimização do conteúdo e das imagens, instruções para otimização de back-links e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.

DIAGNÓSTICO E SETUP INICIAL DO CANAL

Consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante pelos buscadores.

275	<ul style="list-style-type: none"> • Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site • Melhorias no Title e Meta Description • Correções na indexação do site, rastreamento, ações manuais, dns, 404, robots, sitemaps e servidor) • Levantamento de Transferência de propriedade e autoridade de página/domínio • Análises de Broken Link, Backlinks e Link Building • Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat • Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas. 	22.790,00
-----	--	-----------



Gestão de SEO

A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.

- Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados;
- Instruções técnicas para otimização de páginas;
- Revisão constante de códigos do canal;
- Otimização do conteúdo e das imagens;
- Instruções para otimização de back-links;
- Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento;
- Volume sugerido criação de um conteúdo por semana.

276

18.826,00
por mês

Observação: Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.

25 - WEBSITE

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
277	Responsivo com 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	73.496,00

26 - HOTSITE

Tecnicamente idêntico ao website, porém com uma estrutura de seções menor e mais focada a lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
279	Hotsite de evento com 8 seções: Home, Sobre o Evento, Como Chegar, Agenda, Palestrantes, Patrocinadores, Formulário de Contato, Formulário de Inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e backend. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	42.422,00

**27 - MOBILE SITE**

Um Mobile Site possui as mesmas características de um website, porém devem ser consideradas premissas técnicas essenciais para elevar a experiência do usuário e otimizar muito o desempenho, visto que será utilizado em dispositivos móveis.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
281	Versão de um website já existente. 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	44.098,00

28 - BLOG

O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
283	Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	28.496,00

29 - LANDING PAGE

Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
285	Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: Até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	15.860,00

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

- 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.
- 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.



TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2021C



30 - MOBILE APP

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
286	Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e IOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Funcionalidades: Login, Logout, Esqueci minha senha, Termos de Uso, Cadastro, Sobre o Aplicativo, Galeria de Fotos, Notícias, Push notification, Eventos, Alteração de dados cadastrais. Painel de Administração para atualização de conteúdo e APIs de integração entre o Back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.	114.112,00

31 - E-COMMERCE

Customização de e-commerce, utilizando plataforma de mercado existente. Em caso de plataformas open source, é definido um tema padrão e com base nisto é feita toda customização. Em caso de plataforma proprietária, é utilizado o tema já existente e feito as customizações dentro dos limites da plataforma.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
288	E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda on-line. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: Home, Categoria de Produtos, Produto, Carrinho de Compras, Finalização de Pedido, Resultados de Busca, Institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores. Observações: 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos. 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte. 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.	95.416,00

32 - E-MAIL MARKETING

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
289	Criação e produção do HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração	6.700,00
290	Outros serviços de E-mail Marketing Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	sob consulta

33 - NEWSLETTER

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
291	Criação e produção do HTML Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. * Conteúdo especializado produzido pelo cliente.	6.700,00



292 Outros serviços de Newsletter
 Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.

sob
 consulta

34 - MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL - CUSTOS VARIÁVEIS

Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.

EXEMPLOS:

- Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app. Análise de presença,
- Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais.
- Planejamento e Gestão de campanhas digitais.
- Planejamento, setup e gestão de SEO.
- Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc.
- Criação e produção de Intervenções diferenciadas.

O orçamento final será baseado em três pilares essenciais:	ÁREA	Custo Homem/Hora
1. Detalhamento claro do escopo de trabalho;	Planejamento	748,00 a 900,00
2. Metodologia para execução e gestão de projeto;	Atendimento e Gestão	594,00 a 748,00
3. Tecnologia adotada.	Design/Criação	594,00 a 748,00
Existem 5 áreas básicas, necessárias para o desenvolvimento dos serviços digitais:	Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	530,00 a 645,00
	Programação	450,00 a 594,00

PROJETOS ESPECIAIS

35 - MARKETING POLÍTICO

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR REFERÊNCIA
293	Deputado Estadual	sob consulta
294	Deputado Federal	sob consulta
295	Prefeito (capital)	sob consulta
296	Prefeito (interior)	sob consulta
297	Vereador (capital)	sob consulta
298	Vereador (Interior)	sob consulta

36 - PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

		VALOR REFERÊNCIA
299	Ação Promocional	10.187,00
300	Calendário Anual Institucional	62.500,00
301	Calendário Anual Promocional	31.590,00
302	Cases de Marketing / Mídia / RP	43.840,00
303	Planejamento de Comunicação Estadual	50.287,00
304	Planejamento de Comunicação Nacional	115.400,00
305	Planejamento de Comunicação Regional	74.528,00

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro

PARÁ



aldeia.mkt

alvo
embaixada e publicidade

BASTOS

CB COMUNICAÇÃO

CACOMUNICAÇÃO

AGÊNCIA DIGITAL
CARAJÁS

DAHÁS
PROPAGANDA E MÍDIA

DC³
COMUNICAÇÃO

MARKETING E
COMUNICAÇÃO
Vale a pena investir em mídia

GALVÃO
COMUNICAÇÃO

eko
Tudo Melhor em Comunicação

FAO COMUNICAÇÃO

GI
COMUNICAÇÃO

LATINA
COMUNICADORES

gamma
COMUNICAÇÃO

G8
PUBLICIDADE

CRIFFO
COMUNICAÇÃO

IVO AMARAL
PUBLICIDADE

JRT

[TEMPLE]

MAIS

MAIS

Mendes
desde 1961

VOXXI
COMUNICAÇÃO

OBSERVAÇÕES:

1. De acordo com o artigo 3º do Código de Auto-Regulamentação Publicitária e nos termos da Lei Nº 4.680 de 18/06/1965, a Agência reterá 20% a título de honorários, sobre os valores expressos nas Autorizações de Mídia, independente dos valores de Montagem desta tabela;
2. Sobre os valores dos serviços de terceiros, a Agência deve cobrar até 15% de honorários, taxa normatizada pelo CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão, que no item 3.6.1 estabelece: "Os serviços e os suprimentos externos terão seu custo orçado junto a fornecedores especializados. O cliente deverá pagar à agência honorários de até 15% (até quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores."
3. Sempre que os serviços solicitados pelo Cliente e executados pela Agência não sejam finalizados, veiculados ou cancelados sem justo motivo, a Agência cobrará os valores correspondentes, de acordo com esta tabela, no prazo de 60 (sessenta) dias.

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARÁ
Travessa Rui Barbosa, 785 sala 4 - CEP 66.053-260 - Reduto - Belém/PA
www.sinapropa.com.br | contato@sinapropa.com.br ☎ (91) 99197-7672



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO III

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO III
PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) desconto a ser concedida a Prefeitura Municipal de Parauapebas, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará: ____ % (_____ por cento);
- b) honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Parauapebas, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolvam criação da agência e cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação: ____ % (_____ por cento);
- c) honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Parauapebas, incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização de outros serviços realizados por fornecedores referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: ____ % (____ por cento).

..... de....., de.....de 20.....

(nome da licitante)

Representante legal



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO IV.A

MODELO DE DECLARAÇÃO DE NÃO EMPREGA MENOR



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO IV.A - DECLARAÇÃO QUE NÃO EMPREGA MENOR

_____ (nome da empresa) _____, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr. (a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade Nº _____ e de CPF Nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso V, do art. 27, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz. ()

Local e data.

(identificação e assinatura do representante legal)
Cargo do representante legal

(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO IV.B

DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO IV.B - DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

_____ (nome da empresa) _____, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade Nº _____ e de CPF Nº _____ DECLARA, para fins do disposto no Edital da CONCORRÊNCIA Nº 3/2021-001GABIN, sob as sanções administrativas cabíveis e sob penas da Lei, que esta empresa, na presente data, é considerada:

- MICROEMPRESA, conforme Inciso I, art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006;
 EMPRESA DE PEQUENO PORTE, conforme inciso II, art. 3º da lei Complementar nº 123/2006.

DECLARA ainda que a empresa está excluída das vedações constantes do parágrafo 4º do artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Local e data

Assinatura e carimbo
(representante legal da licitante)

OBS.: A declaração acima deverá ser assinalada com um "X", ratificando-se a condição jurídica da empresa licitante e ter a assinatura do representante legal.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO V

MINUTA DE CONTRATO



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO V - MINUTA DO CONTRATO

A PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, com sede no MORRO DOS VENTOS, S/N, BAIRRO BEIRA RIO II, inscrito no CNPJ (MF) sob o N° 22.980.999/0001-15, através do(a) GABINETE DO PODER EXECUTIVO, denominado daqui por diante de CONTRATANTE, representado neste ato pelo(a) Sr.(a) _____, CHEFE DE GABINETE, portador do CPF n° _____, e de outro lado a empresa _____, inscrita no CNPJ (MF) sob o N° _____ - _____, estabelecida à _____, doravante denominada simplesmente CONTRATADA, neste ato representada pelo Sr (a). _____, residente na _____, portador (a) da cédula de identidade N° _____ e do CPF N° _____ - _____, de acordo com a representação legal que lhe é outorgada têm entre si justo e avençado, e celebram o presente contrato, de conformidade com a CONCORRÊNCIA N° 3/2021-001GABIN e a proposta apresentada pela CONTRATADA, sujeitando-se CONTRATANTE e CONTRATADA às normas disciplinares da Lei Federal n.º 12.232/2010 e subsidiariamente pela Lei Federal n.º 8.666/93, Lei Complementar Federal n.º 123/2006 e demais dispositivos legais aplicados à espécie, notadamente pela Lei n.º 4.680, de 18.06.65, Decreto Federal n.º 57.690, de 01/02/66 e Normas Padrão CENP, mediante as Cláusulas que se seguem:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1. O objeto do presente instrumento é a Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, 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 de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

1.1. ESPECIFICAÇÃO OBJETO:

- 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.
- d) Pesquisas e avaliações com a finalidade de:
 - 1) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da ASCOM, o público alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
 - 2) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens veiculadas;
 - 3) possibilitar a avaliação dos resultados alcançados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.2. DETALHAMENTO DO OBJETO:



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



1.2.1. 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 Parauapebas, para aprovação.
- h) A entrega, para fins de arquivo, de duas cópias (impressas e gravadas em mídia digital) de todo o material produzido.

1.3. A prestação dos serviços será executada por até 02 (duas) agências de propaganda como preconiza a lei 12.232/2010, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

1.4. 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.

1.5. As agências atuarão 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.

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

1.7. Este contrato vincula-se ao Edital de CONCORRÊNCIA Nº 3/2021-001GABIN, seus anexos e à proposta comercial apresentada pela CONTRATADA para o referido processo licitatório.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO VALOR

2.1. O valor total deste contrato é de R\$ _____ (_____), discriminado de acordo com a planilha integrante da proposta de preços apresentada pela CONTRATADA.

CLÁUSULA TERCEIRA - DO PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

3.1. O prazo de execução dos serviços deverá ser de no máximo até 10 (dez) dias corridos, contados a partir do recebimento da ordem de serviço.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



3.2. Qualquer serviço a ser realizado aos sábados, domingos e feriados, deverá ser previamente comunicado à fiscalização da CONTRATANTE.

CLÁUSULA QUARTA - DO AMPARO LEGAL

4.1. A lavratura do presente contrato decorre da realização da licitação na modalidade CONCORRÊNCIA Nº 3/2021-001GABIN.

4.2. O presente Contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010; Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965; Lei Federal nº 8.666, de 21.06.93, e modificações posteriores; Decreto Federal nº 57.690, de 01 de fevereiro de 1966 e Normas Padrão CENP.

4.3. Os serviços foram adjudicados em favor da CONTRATADA, conforme despacho exarado no processo licitatório nº 3/2021-001GABIN, na modalidade CONCORRÊNCIA, tomando como base o disposto no artigo 45, parágrafo 1º, inciso III, da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA QUINTA - DA GARANTIA CONTRATUAL

5.1. Dadas as características do trabalho, será exigida para a assinatura do contrato prestação de garantia em favor da Prefeitura Municipal de Parauapebas correspondente a 1% (um por cento) do valor total do contrato, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha da licitante vencedora:

- a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária.

5.2. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente em agência estabelecida pela Prefeitura Municipal de Parauapebas, a qual será devolvida atualizada monetariamente nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

5.3. Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato acrescido de trinta dias;
- b) a apólice deverá indicar a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA como beneficiária;
- c) não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses da Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

5.4. Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato acrescido de trinta (30) dias;
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado de acordo com o previsto nesta Instrução.

5.5. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



- a) ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser reconhecido pelo Governo Federal, constando entre aqueles previstos na legisla o específica;
- b) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquida o e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo recusá-la o título ofertado caso verifique a ausência desses requisitos.

5.6. Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obriga es, inclusive indeniza o a terceiros, a contratada se obriga a fazer a respectiva reposi o no prazo máximo e improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data em que for notificada pela Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

5.7. Se houver acréscimo ao valor do contrato a contratada se obriga a fazer a complementa o da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis a contar da data que for notificada pela Prefeitura Municipal de Parauapebas.

CLÁUSULA SEXTA - DA EXECU O DO CONTRATO

6.1. A execu o deste contrato, bem como, os casos nele omissos, regular-se- o pelas cláusulas contratuais e pelos preceitos de direito público, aplicando-se-lhes, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos contratos e as disposi es de direito privado, na forma do artigo 54, da Lei N  8.666/93 combinado com o inciso XII, do artigo 55, do mesmo diploma legal.

CLÁUSULA SÉTIMA - DA VIGÊNCIA E EFICÁCIA DO CONTRATO

7.1. O presente Contrato terá dura o 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.  8.666/93.

CLÁUSULA OITAVA - DOS ENCARGOS DO CONTRATANTE

8.1. Constituem obriga es da CONTRATANTE, além das demais previstas no Edital ou dele decorrentes:

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

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

8.1.3. Fornecer e colocar   disposi o da CONTRATADA todos os elementos e informa es que se fizerem necessários   execu o dos serviços;

8.1.4. Proporcionar condi es para a boa execu o dos serviços;

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

8.1.6. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade, garantido o direito da ampla defesa.

CLÁUSULA NONA - DOS ENCARGOS DA CONTRATADA



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



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

9.1.1. Responder, em relação aos seus empregados, por todas as despesas decorrentes dos fornecimentos efetivados, tais como:

- a) Salários;
- b) Seguros de acidente;
- c) Taxas, impostos e contribuições;
- d) Indenizações;
- e) Vale-refeição;
- f) Vale-transporte; e
- g) Outras que porventura venham a ser criadas e exigidas pelo Governo.

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

9.1.3. 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.

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

9.1.5. 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.

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

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

9.1.8. 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.

9.1.9. 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 nº 12.232/2010.

9.1.10. Buscar apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas idôneas e de reconhecida qualificação técnica.

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

9.1.12. 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.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



- 9.1.13. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elabora o de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.
- 9.1.14. Obter a aprova o prévia e expressa da CONTRATANTE para autorizar despesas com produ o, veicula o ou qualquer outra relacionada com o Contrato.
- 9.1.15. Submeter a contrata o de fornecedores, previamente cadastrados, para a execu o das atividades complementares do objeto do contrato, em qualquer hipótese,   prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.
- 9.1.16. A contrata o de serviços ou compra de material em empresas em que a CONTRATADA ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participa o societária ou qualquer vínculo comercial somente poderá ser realizada após comunicar   CONTRATANTE este vínculo e obter sua aprova o.
- 9.1.17. As informa es sobre a execu o 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.
- 9.1.18. A CONTRATADA inserirá as informa es sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulga o.
- 9.1.19. Entregar   CONTRATANTE, até o dia 05 do mês subsequente, um relatório de despesas de produ o e veicula o autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avalia o do estágio em que se encontram.
- 9.1.20. Prestar esclarecimentos   CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicita o.
- 9.1.21. Não caucionar ou utilizar o Contrato como garantia para qualquer opera o financeira.
- 9.1.22. Manter, durante a execu o do Contrato, todas as condi es de habilita o exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.
- 9.1.23. Cumprir a legisla o trabalhista e securitária com rela o a seus empregados e, se e quando for o caso, com rela o a empregados de fornecedores contratados.
- 9.1.24. Assumir os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência dos serviços objeto do Contrato, bem como as contribui es devidas   Previdência Social, os encargos trabalhistas, pr mios 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.
- 9.1.25. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprova o de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obriga es trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 9.1.26. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer a es, 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 a es judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do Contrato.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



9.1.27. Se houver a o trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindica es, demandas, queixas ou representa es de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condena o, reembolsará   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 reten es de futuros pagamentos devidos às CONTRATADAS (Acórdão TCU n  3301/2015-Plenário).

9.1.28. Responder solidariamente por qualquer a o judicial movida contra a CONTRATANTE por terceiros com base na legisla o de prote o   propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, quando relacionadas com os serviços objeto do Contrato autorizados pela CONTRATADA.

9.1.29. Sujeitar-se a mais ampla e irrestrita supervisão, no que tange ao objeto do contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determina es efetuadas.

9.1.30. 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.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS OBRIGA ES SOCIAIS, COMERCIAIS E FISCAIS

10.1.   CONTRATADA caberá, ainda:

10.1.1. Assumir a responsabilidade por todos os encargos previdenciários e obriga es sociais previstos na legisla o social e trabalhista em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, vez que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com a CONTRATANTE;

10.1.2. Assumir, também, a responsabilidade por todas as providências e obriga es estabelecidas na legisla o específica de acidentes do trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados no decorrer do fornecimento e do desempenho dos serviços ou em conexão com eles, ainda que acontecido em dependência da CONTRATANTE;

10.1.3. Assumir todos os encargos de possível demanda trabalhista, civil ou penal, relacionados   execu o dos serviços, originariamente ou vinculada por preven o, conexão ou continência;

10.1.4. Assumir, ainda, a responsabilidade pelos encargos fiscais e comerciais resultantes da execu o deste contrato.

10.2. A inadimplência da CONTRATADA, com referência aos encargos estabelecidos na condi o anterior, não transfere a responsabilidade por seu pagamento   CONTRATANTE, nem poderá onerar o objeto deste contrato, razão pela qual CONTRATADA renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, com a CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS OBRIGA ES GERAIS

11.1. Deverá a CONTRATADA observar, também, o seguinte:

11.1.1.   expressamente proibida a contrata o de servidor pertencente ao quadro de pessoal do CONTRATANTE durante a vigência deste contrato; e

11.1.2.   expressamente proibida, também, a veicula o de publicidade acerca deste contrato, salvo se houver prévia autoriza o da CONTRATANTE.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA REMUNERAÇÃO E DESCONTO

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

12.1.1. Para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros), a mesma 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 de ___%.

12.1.2. De honorários, no percentual de ___% incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados.

12.1.3. De honorários, no percentual de ___%, 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 à contratação ou pagamento do serviço e/ou de suprimento.

12.2. 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 nº 4.680/65.

12.3. 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.

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

12.5. Os percentuais ofertados na proposta de preços permanecerão inalterados.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

13.1. Nos termos do art. 67, § 1º, da Lei nº 8.666/93, o GABINETE DO PODER EXECUTIVO designará servidor (es) para acompanhar (em) e fiscalizar (em) a execução dos serviços e do contrato, anotando em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução e determinando o que for necessário à regularização das falhas ou defeitos observados.

13.2. A contratada deverá manter preposto, se aceito pelo GABINETE DO PODER EXECUTIVO, para representá-la administrativamente sempre que for necessário durante o período de vigência do contrato.

13.3. O acompanhamento e a fiscalização consistem na verificação da conformidade da execução dos serviços, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do contrato, devendo o servidor designado sugerir melhorias, reclamar e comunicar-se diretamente com o preposto da contratada, bem como encaminhar providências referentes à regularização das pendências da contratada com referência aos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais e na regularização das medições e relatórios efetuados pela Fiscalização da execução dos serviços.



13.4. As decisões e providências que ultrapassarem a competência do (s) servidor (es) designado (s) deverão ser solicitadas   autoridade competente em tempo hábil para a ado o das medidas convenientes.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DIREITOS AUTORAIS

14.1. A CONTRATADA cede a 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.

14.2. O valor dessa cessão   considerado incluído nas modalidades de remunera o definidas no memorial descritivo.

14.3. Com vistas às contrata es para a execu o de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitar  dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

14.4. A CONTRATADA utilizar  os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionar  a contrata o 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.

14.5. 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:

14.5.1. A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material   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.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DO RECEBIMENTO DO OBJETO E DA FREQUÊNCIA E PERIODICIDADE

15.1. O Objeto do contrato será recebido pela CONTRATANTE, nos termos da lei 8.666/93, dispostos no inciso I de seu artigo 73.

15.1.1. Provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e **FISCALIZA O**, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes em até 15 (quinze) dias da comunica o escrita do contratado.

15.1.2. Definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes, após o decurso do prazo de observa o, ou vistoria que comprove a adequa o do objeto aos termos contratuais, observado o disposto no art. 69 da lei 8.666/93.

15.3. A empresa contratada deverá ser responsável pela qualidade final dos serviços, sendo que, após a conclusão dos serviços, a FISCALIZA O fará "Relatório de acompanhamento" notificando as possíveis pendências observadas para efetivar o recebimento dos serviços.

15.4. O pagamento final será realizado mediante o atendimento de todas as observa es relatadas no memorial descritivo, no citado relatório de acompanhamento e neste contrato.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



15.5. A frequência e periodicidade para a medição dos serviços relativos a presente contratação, deverá ser aferida mensalmente de acordo com as especificações e condições estabelecidas no memorial descritivo.

15.6. Os serviços serão pagos de acordo com os quantitativos e valores unitários efetivamente medidos e atestados pelo fiscal do contrato.

15.7. A previsão de pagamento será de trinta dias, contado a partir da data final do período de adimplemento de cada parcela.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DA ATESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

16.1. A atestação das notas fiscais/faturas referente às etapas dos serviços executados objeto deste contrato caberá à autoridade competente da CONTRATANTE ou a servidor designado para este fim.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DA DESPESA

17.1. As despesas decorrentes da execução dos serviços, objeto deste Contrato, correrão à conta da dotação orçamentária Exercício 2021, Classificação Institucional: 0201, Classificação Funcional: 04 131 3002 2.017 - Gestão do Veículo de Comunicação Institucional, Classificação Econômica: 33.90.39.00 - Outros Serviços de Terc. Pessoa Jurídica, Sub-elemento: 90 – Serv, de Publicidade e Propaganda.

17.2. As despesas para os exercícios seguintes, durante a vigência do contrato, serão alocadas à dotação orçamentária própria consignada na Lei Orçamentária do Município de PARAUAPEBAS (PA), a cargo da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, e no Plano Plurianual de Investimentos

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DO PAGAMENTO

18.1. A contratada deverá apresentar nota fiscal para liquidação e pagamento da despesa, no prazo de até 10 (dez) dias, contado a partir do adimplemento da obrigação.

18.1.1. No caso de as nota(s) fiscal(is) ser(em) emitida(s) e entregue(s) à PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS em data posterior à indicada no item anterior será imputado à contratada o pagamento dos eventuais encargos moratórios decorrentes.

18.1.2. Havendo erro na nota fiscal ou circunstâncias que impeçam a liquidação da despesa, a mesma será devolvida e o pagamento ficará pendente até que a contratada providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação de novo documento fiscal, não acarretando qualquer ônus à PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS.

18.2. O pagamento de cada obrigação será realizado a partir da apresentação da nota fiscal atestada pela autoridade competente ou servidor designado, no período de até 30 (trinta) dias, de acordo com as medições dos serviços executados e aprovados e em consonância com a respectiva disponibilidade orçamentária, observadas a condições da proposta adjudicada e da ordem de serviço emitida.

18.2.1. As medições realizadas somente serão consideradas em condições de ser faturada pela contratada e aprovadas pela PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, após os ajustes necessários das rejeições, caso houver, apontadas pela Fiscalização. Estas deverão vir acompanhadas das certidões de regularidade fiscal e trabalhista da contratada.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



18.2.2. A Fiscaliza o da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS somente atestará a execu o dos serviços e liberar  a nota fiscal para pagamento, quando cumpridas, pela contratada, todas as condi es pactuadas e aprovadas.

18.3. A PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS reserva-se o direito de recusar o pagamento se, no ato da atesta o, os serviços executados não estiverem em perfeitas condi es de uso ou em desacordo com as especifica es apresentadas e aceitas.

18.4. Não será efetuado qualquer pagamento   contratada enquanto perdurar pendência de liquida o de obriga es em virtude de penalidades ou inadimplência contratual, sem que isso gere direito   altera o dos preços ou de compensa o financeira por atraso de pagamento.

18.4.1. A PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS poderá deduzir do montante a pagar os valores correspondentes a multas ou indeniza es devidas pela contratada, nos termos desta Concorrência.

18.5. A PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS pagará a (s) nota(s) fiscal (is) somente   contratada, vedada sua negocia o com terceiros ou sua coloca o em cobrança bancária.

18.6. A contratada deverá fazer constar na nota fiscal correspondente, emitida sem rasura, e em letra bem legível, o número da nota de empenho, o número de sua conta corrente, o nome do banco e a respectiva agência.

18.7. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a contratada não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que a taxa de compensa o financeira devida pela PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS entre a data acima referida e a correspondente ao efetivo adimplemento da parcela, será a seguinte:

$$EM = I \times N \times VP$$

Onde:

EM = Encargos moratórios.

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento.

VP = Valor da parcela a ser paga.

I =  ndice de compensa o financeira = 0,0001644, assim apurado:

$$I = (TX) / 365 \Rightarrow I = (6/100)/365 \Rightarrow I = 0,0001644$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%.

18.7.1. A compensa o financeira prevista nesta condi o será incluída em fatura a ser apresentada posteriormente, devida pela PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS entre a data acima referida e a correspondente ao efetivo adimplemento da parcela, de acordo com os termos do Edital e deste contrato.

18.8. A CONTRATADA autoriza, expressamente, reten o de pagamentos devidos em valores correspondentes às obriga es trabalhistas inadimplidas pela CONTRATADA, incluindo s rio e demais verbas trabalhistas, previdência social e FGTS, concernentes aos empregados dedicados   execu o do contrato, e em decorrência de propositura de a es trabalhistas, em conformidade ao entendimento previsto no Acord o 3301/2015 - Plenário - TCU. Assim como, a realiza o de pagamentos de s rios e demais verbas trabalhistas diretamente aos empregados da CONTRATADA, bem assim das contribui es previdenciárias e do FGTS, quando a estes não forem adimplidos.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



18.8.1. Autoriza também, depositar os valores retidos cautelarmente junto   Justiça do Trabalho, com o objetivo de serem utilizados exclusivamente no pagamento dos salários e das demais verbas trabalhistas, bem como das contribui es sociais e FGTS, quando não possível a realiza o desses pagamentos pela própria Administra o, dentre outras razões, por falta da documenta o pertinente, tais como folha de pagamento, rescisões dos contratos e guias de recolhimento.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DA ALTERA O DO CONTRATO

19.1. O presente contrato poderá ser alterado, nos casos previstos no art. 65, da Lei n  8.666/93, desde que haja interesse da Administra o da CONTRATANTE, com a apresenta o das devidas justificativas, adequadas a este contrato.

CLÁUSULA VIGÉSIMA - DO AUMENTO OU SUPRESSÃO DOS SERVIÇOS

20.1. No interesse da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, o valor inicial atualizado do contrato poderá ser aumentado ou suprimido até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), conforme disposto no art. 65, às 1  e 2 , da Lei n  8.666/93.

20.1.1. A licitante contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite ora previsto, calculado sobre o valor contratado; e

20.1.2. Nenhum acréscimo poderá exceder o limite estabelecido neste Edital; e

20.1.3. Nenhuma supressão poderá exceder 25% do valor inicial atualizado do contrato, salvo as supressões resultantes do acordo celebrado entre as partes.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA - DAS PENALIDADES

21.1. Pela inexecu o total ou parcial do Contrato, resultante deste processo licitatório, ou pelo descumprimento dos prazos e demais obriga es assumidas, a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS poderá, garantida a prévia defesa, aplicar   contratada as san es a seguir relacionadas:

I - Advertência, por escrito;

II - Multa;

III - Suspensão temporária do direito de participar de licita es e impedimento de contratar com a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, por prazo não superior a 02 (dois) anos;

IV - Declara o de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administra o Pública.

21.1.1. As san es de advertência e de impedimento de licitar e contratar com a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS poderão ser aplicadas   contratada, juntamente com a de multa, descontando-a dos pagamentos a serem efetuados.

21.2. A aplica o de multa ocorrerá da seguinte maneira:

21.2.1. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, nas hipóteses de rescisão contratual por inexecu o total do contrato, caracterizando-se quando houver reiterado descumprimento de obriga es contratuais, quando a entrega dos serviços for inferior a 50%



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



(cinquenta por cento) do contratado ou quando o atraso ultrapassar o prazo limite de trinta dias, além do estabelecido na Ordem de Serviço.

21.2.2. Será aplicada multa de 0,03 % (três centésimos por cento) por dia de atraso na execu o dos serviços, incidentes sobre o valor do serviço a que se referir a infra o, aplicada em dobro a partir do 10  (décimo) dia de atraso até o 30  (trigésimo) dia, quando a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS 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 aplica o das demais comina o es legais.

21.2.3. Será aplicada multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato quando não for apresentado pela contratada no momento das medi o es, os comprovantes de pagamento da folha de funcionários referentes   execu o dos serviços, bem como da não apresenta o dos comprovantes de recolhimento do INSS e FGTS no ato da apresenta o das notas fiscais, sem prejuízo das demais penalidades previstas no contrato.

21.2.4. As multas previstas nos subitens 21.2.1 a 21.2.3 acima deverão ser recolhidas pela contratada no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, em favor da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, contado a partir da notifica o recebida, ficando a contratada obrigada a comprovar o pagamento, mediante a apresenta o da cópia do recibo do recolhimento efetuado.

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

21.2.6. No caso de a contratada ser credora de valor suficiente ao abatimento da d vida, a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS poderá proceder ao desconto da multa devida na propo o do crédito.

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

21.2.8. 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   PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, decorrentes das infra o es cometidas.

21.3. Além das penalidades citadas, a contratada ficará sujeita, ainda, ao cancelamento de sua inscri o no cadastro de fornecedores da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS e, no que couber, às demais penalidades referidas no Capítulo IV, da Lei n  8.666/93.

21.3.1. As penalidades referidas no Capítulo IV, da Lei n  8.666/93 estendem-se às licitantes participantes do correspondente processo licitatório.

21.3.2. Comprovado o impedimento ou reconhecida a força maior, devidamente justificados e aceitos pela PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, em rela o a um dos eventos aqui arrolados, a contratada ou participante deste processo licitatório ficarão isentas das penalidades mencionadas.

CL SULA VIGÉSIMA SEGUNDA - DA INEXECU O OU RESCISÃO DO CONTRATO

22.1. A inexecu o total ou parcial do contrato enseja a sua rescisão, conforme disposto nos artigos 77 a 80, da Lei n  8.666/93.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



22.2. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

22.3. A rescisão do contrato poderá ser:

22.3.1. Determinada por ato unilateral e escrito da CONTRATANTE nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII, do artigo 78, da lei mencionada, notificando-se a contratada com a antecedência mínima de 30 (trinta) dias.

22.3.2. Amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo da licita o, desde que haja conveniência para a CONTRATANTE. Ou

22.3.3. Judicial, nos termos da legisla o vigente sobre a matéria.

22.4. Constituem, ainda, motivo para rescisão do contrato, assegurados   CONTRATADA, de acordo com o artigo 78, incisos XIV a XVI, da Lei n  8.666/93:

22.4.1. A suspensão de sua execu o, por ordem escrita da CONTRATANTE, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturba o da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indeniza es pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobiliza es e mobiliza es e outras previstas, assegurado   CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obriga es assumidas até que seja normalizada a situa o.

22.4.2. O atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela CONTRATANTE decorrentes de obras, serviços ou fornecimento, ou parcelas destes, já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturba o da ordem interna ou guerra, assegurado   CONTRATADA o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obriga es até que seja normalizada a situa o.

22.4.3. A não libera o, por parte da CONTRATANTE, de área, local ou objeto para execu o dos serviços, ou fornecimento, nos prazos contratuais, bem como das fontes de materiais naturais especificadas no projeto.

22.5. Quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII, do artigo 78, sem que haja culpa da CONTRATADA, será este ressarcido dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo ainda direito a:

22.5.1. Devolu o de garantia;

22.5.2. Pagamentos devidos pela execu o do contrato até a data da rescisão;

22.6. A rescisão unilateral ou amigável será precedida de autoriza o escrita e fundamentada da autoridade competente da CONTRATANTE.

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA - DAS CONSIDERA ES ESPECÍFICAS

23.1. As d vidas e/ou omissões, porventura existentes nas especifica es constantes do Edital da CONCORRÊNCIA N  3/2021-001GABIN, e deste contrato serão resolvidas pela CONTRATANTE.



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



23.2. Todos os trabalhos deverão ser executados por mão-de-obra qualificada, devendo a CONTRATADA estar ciente de todas normas técnicas, correspondentes a cada serviço constante das Especificações.

23.3. A CONTRATADA ficará obrigada a executar fielmente os serviços programados nas especificações, não se admitindo modificações sem a prévia consulta e concordância da CONTRATANTE.

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA - DA PUBLICAÇÃO

24.1. A publicação resumida deste instrumento na Imprensa Oficial, que é condição indispensável para sua eficácia, será providenciada pela CONTRATANTE até o quinto dia útil do mês seguinte ao de sua assinatura, para ocorrer no prazo de vinte dias daquela data.

CLAUSULA VIGÉSIMA QUINTA - DO FORO

25.1. As questões decorrentes da execução deste Instrumento, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas na Comarca do Município de PARAUAPEBAS (PA), com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, salvo nos casos previstos no art. 102, Inciso I, alínea "d" da Constituição Federal.

25.2. E, para firmeza e validade do que foi pactuado, lavrou-se o presente contrato em 03 (três) vias de igual teor e forma, para que surtam um só efeito, as quais, depois de lidas, são assinadas pelos representantes das partes, CONTRATANTE e CONTRATADA, e pelas testemunhas abaixo.

PARAUAPEBAS-PA, ____ de _____ de _____.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO PODER EXECUTIVO
CNPJ Nº 22.980.999/0001-15
CONTRATANTE

EMPRESA CONTRATADA
CNPJ Nº DA CONTRATADA
CONTRATADA

Testemunhas:

1. _____

2. _____



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO VI

RECIBO DE RETIRADA DE EDITAL - INTERNET



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS



ANEXO VI
RECIBO DE RETIRADA DE EDITAL PELA INTERNET.

CONCORRÊNCIA Nº 3/2021-001GABIN

OBJETO: Contratação de até 2 (duas) agências de publicidade para prestação de serviços especializados em comunicação social, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente 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 de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

DADOS DA EMPRESA:

Razão Social :	CNPJ/CPF nº:	
Endereço:		
E-mail:	Cidade:	Estado:
Telefone/Fax:	Responsável pelo Contato:	

Obtivemos através do acesso ao site do Portal da Transparência da Prefeitura de Parauapebas – PA <http://www.governotransparente.com.br/transparencia/4507490/> consultar o ícone licitações ou do Portal do TCM-PA <https://www.tcm.pa.gov.br/portal-lic-publico/> nesta data, cópia do instrumento convocatório da licitação acima identificada.

local, ____, de _____ de 2021.

Assinatura e/ou Assinatura Digital (e-CPF ou e-CNPJ)

Prezado(a) Senhor(a),

Visando à comunicação futura entre esta Prefeitura e sua empresa, solicitamos a Vossa Senhoria preencher o recibo de retirada do Edital e remetê-lo à Central de Licitações e Contratos, pelo e-mail: licitacao@parauapebas.pa.gov.br.

A não remessa do recibo exime a Prefeitura Municipal de Parauapebas da responsabilidade da comunicação por meio de e-mail de eventuais esclarecimentos e retificações ocorridas no instrumento convocatório, bem como de quaisquer informações adicionais, não cabendo posteriormente qualquer reclamação.

Prefeitura Municipal de Parauapebas

Central de Licitações e Contratos