



EDITAL

PROCESSO LICITATÓRIO N° 3/2025-001GABIN

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA PRESENCIAL

CONTRATANTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS / GABINETE DO CHEFE DO PODER EXECUTIVO-ASCOM

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: TÉCNICA E PREÇO, SOB A ÉGIDE DA LEI N° 14.133/21 E DA INSTRUÇÃO NORMATIVA MP N° 05/2017.

MODO DE DISPUTA: FECHADO

PREFERÊNCIA MICROEMPRESA OU PEQUENO PORTE: NÃO

VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO: R\$ 20.614.000,00 (vinte milhões, seiscentos e quatorze mil reais).

O MUNICÍPIO DE PARAUAPEBAS, por intermédio do GABINETE DO CHEFE DO PODER EXECUTIVO/ASCOM, inscrita no CNPJ sob o nº 22.980.999/0001-15, com sede na Rua Marcos Freire, nº 305, Chácara do Sol, Bairro Primavera, Município de Parauapebas, Estado do Pará, CEP: 68.515-000, devidamente designada, leva ao conhecimento dos interessados que fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, sob a forma **PRESENCIAL**, com critério de julgamento melhor TÉCNICA E PREÇO, do tipo técnica e preço, nos termos da Lei nº 14.133/2021, assim como nas demais normas vigentes aplicáveis ao caso, para atender o objeto constante deste Edital, mediante as condições a seguir estabelecidas.

LOCAL: COOPEC - Coordenadoria de projetos especiais, captação de recursos e gestão de convênios, Endereço: Rua 120 Quadra 31 Lote 14 Bairro Beira Rio II - CIDADE DE PARAUAPEBAS/PA.

DIA: 09/12/2025 **HORÁRIO: 10:00**

1. DO EDITAL

1.1. São partes integrantes deste Edital:

1.1.1. Anexos:

Anexo I - Termo de Referência;

Anexo Ia – Planilha de Formação de Preços

Anexo II - Briefing;

Anexo III - Modelo de Proposta de Preço Sujeitos à Valorização;

Anexo IV - Tabela SINAPRO/PA;

Anexo V - Tabela Previsão de Demanda;

Anexo VI - Calendário Anual 2025;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaoopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



Anexo VII - Minuta de Contrato.

2. DO OBJETO

2.1. O objeto da presente concorrência é a Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de até 02 (duas) agências de propaganda, 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 a distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

3. DA DATA, HORA E LOCAL DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES HABILITAÇÃO E PROPOSTA DE PREÇOS.

3.1. Os envelopes contendo a documentação da PROPOSTA DE PREÇOS (Envelope Nº 01) e HABILITAÇÃO (Envelope Nº 02), PROPOSTA TÉCNICAS (ENVELOPE Nº 03) deverão ser entregues até às **10:00** do dia **09 de dezembro de 2025**, no auditório da COOPEC - Coordenadoria de projetos especiais, captação de recursos e gestão de convênios, Endereço: Rua 120 Quadra 31 Lote 14 Bairro Beira Rio II - CIDADE DE PARAUAPEBAS/PA.

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 do(a) AGENTE DE CONTRATAÇÃO em sentido contrário.

3.3. Serão aceitos envelopes via correio ou qualquer outro meio postal, porém o AGENTE DE CONTRATAÇÃO não se responsabilizará pelos envelopes que, porventura, 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. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

4.2. 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;

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;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaoopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



e) que estiver reunida em consórcio qualquer que seja a sua forma de constituição, inclusive controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;

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 Lei nº 14.133.

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

4.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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.

4.5. 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.

5. DA SUBCONTRATAÇÃO

5.1. Será admitida apenas a subcontratação parcial, restrita aos serviços de atividades complementares descritos no subitem 1.2.1 do TR, bem como à contratação de veículos e demais meios de divulgação necessários à transmissão das mensagens publicitárias, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680/1965 e do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

5.2. É vedada a subcontratação integral do objeto, bem como a subcontratação de outra agência de propaganda para execução dos serviços previstos no item 1 do Termo de Referência, sendo a agência contratada **integralmente responsável** pela subdivisão, coordenação e qualidade da execução.

6. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

6.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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.

6.2. 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 apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

6.3. 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.

6.4. Nesse caso, o preposto também entregará à AGENTE DE CONTRATAÇÃO cópia autenticada em cartório, ou cópia simples, desde que acompanhada do original para fim de verificação da autenticidade

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaoopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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.

6.5. 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.

6.6. 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.

6.7. 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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO, 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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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.

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 8h 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 (CLC), situada na Rua Rio Dourado, s/n, (1º andar do Prédio da SEMOB); 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.

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:

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



**ENVELOPE Nº 2 PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA -
VIA IDENTIFICADA**

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 3.2025-001GABIN

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 3.2025-001GABIN

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 e 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 agente de contratação acondicionada 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 3.2025-001GABIN**

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.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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

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)Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;
- b)com espaçamento de 03 cm nas margens esquerda e 2cm na margem direita, superior e inferior a partir das respectivas bordas;
- c)títulos, entrelinhas, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- d)com textos justificados;
- e)com espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- 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, com 90 gr/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 A4 que será contabilizado como página para efeito do item 9.2.6.

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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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 subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderá ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

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

9.2.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito 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 a 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 10 (dez) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquesitos.

9.2.7. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da estratégia de Mídia e Não Mídias não têm limitação quanto ao número de páginas.

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 publicitária.

9.2.9. 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, 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 subquesitos 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 subquesitos 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) 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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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.

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

- a) Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados em papel A4, com gramatura de 75g ou 90g, e/ou em papel fotográfico, com ou sem suporte rígido, 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 desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.
- c) Devem ser apresentados separadamente(soltos) do caderno específico, que compõe o Plano 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 7 (sete), 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 storyboard impressos, para qualquer meio;
 - b.2)protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
 - b.3)storyboard animado ou animação gráfica, para TV e cinema;
- b.4)Cards, hotsite, perfil e demais peças para uso na internet em páginas, aplicativos, redes sociais e peças impressas .
- c)apresentados como parte de um *kit* serão computados individualmente no limite de que trata a alínea ‘a’ do subitem 9.3.3.3.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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 comissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3.

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 passe-partout, observado o disposto no subitem 9.2.4.1.

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

9.3.4.1. 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 (Anexo a Este Edital), sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas 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;

9.3.4.2. 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.

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

9.3.4.4. 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;
- g)os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não-mídia.

9.3.4.5. 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;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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 Ideia 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 fonte 'arial', tamanho '12 pontos', 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.

9.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.5 poderá ser editada em papel A4.

9.5.2. Os documentos e informações e 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:

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

a)A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão 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;

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

c)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;

d)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.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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 de 75 ou 90gr, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos' em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, 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.

9.8.1. A licitante deverá apresentar 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 Pen Drive ou HD Externo, executável em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria.

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 a 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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



fonte ‘Arial’, tamanho ‘12pontos’, 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 material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

1.as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pendrive ou HD externo; executável em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria.

2.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;

3.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 comissão 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 comissão 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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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 = 1,5 PONTOS
- 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 = 1,5 PONTOS
- 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 = 2,0 PONTOS
- f) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s) = 2,0 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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



- 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 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

10.2.2. 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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



PONTOS

10.2.3. REPERTÓRIO=15 PONTOS

- a)A idéia 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

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

A evidência de planejamento publicitário = 1,5 PONTOS

- a)A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução = 1,5 PONTOS
- b)A relevância dos resultados apresentados = 1,5 PONTOS
- c)A concatenação lógica da exposição = 0,5 PONTO

10.3.A pontuação 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 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)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, Considerando-se a 1 (uma) casa decimal.

10.3.2.1.A comissão 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 comissão 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 comissão e passará a compor o processo desta licitação.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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

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

10.4. Será desclassificada a proposta que:

- a)Não atender às exigências do presente edital e de seus anexos;
- b)Não alcançar, no total, a **nota mínima de 70 (setenta) pontos**.
- c)Obtiver 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:

- 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 representação 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 Valoração, a ser elaborada conforme modelo em anexo (Anexo III).

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

11.3. 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.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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 Minuta de Contrato.

11.4. 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.

11.5. O prazo de validade das propostas não poderá ser inferior a 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação.

11.6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

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

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

a) o percentual de honorários deverá ser igual ou superior a 10% (dez por cento) e inferior a 15% (quinze por cento), 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 conhecimentos pertinentes à execução do contrato e a criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária em consonância com as novas tecnologias;

b) O percentual de honorários deverá ser igual ou superior a 5% (cinco por cento) e igual ou inferior a 10% (dez por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, da agência se limitar à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento suprimentos contratados, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

11.6.3.1. Nos termos do art. Art. 36, § 1º, inciso I e § 2º, da Lei nº 14.133/2021, **não será aceito**:

a) desconto superior a 50% (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;

b) Em caso de divergência entre o percentual expresso em algarismos e o por extenso, prevalecerá o percentual por extenso;

Os percentuais informados permanecerão inalterados.

11.6.4. A Subcomissão calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaoopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



Desconto/Honorários Pontos (P)

Percentual de DESCONTO sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará – SINAPRO-PA, previstos na alínea ‘a’ do subitem 11.6.3.1 - P1 = 0,7 x (DESCONTO).

Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea ‘a’ do subitem 11.6.3 P2 = 7,0 x (15-Honorários).

Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea ‘b’ do subitem 11.6.3 P3 = 6,0 x (10- 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 ‘%’.

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

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

11.6.4.3. 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.

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 14.133/21 e na Lei 12.232/2010.

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

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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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%).

12.3. Se após a apuração das notas houver empate(s) que impeça(m) a identificação automática das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas, será(ão) classificada(s) a(s) agência(s) que obtiver(em) a(s) maior(es) pontuação(ões), sucessivamente nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4. Se, após adotada a regra do item 8.10.3.1, persistir(em) o(s) empate(s), o desempate seguirá o previsto no art. 60, da Lei 14.133/2021 e, sucessivamente, se necessário, será feito por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pelo Agente de Contratação, cuja data será divulgada conforme previsto em Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

12.5. O Agente de Contratação poderá negociar condições mais vantajosas com os proponentes que ofertaram as melhores propostas.

12.6. Será convocado o licitante subsequente, respeitado o ordenamento prévio, quando o licitante anterior for desclassificado ou inabilitado.

13. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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 3.2025-001GABIN

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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaoopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



A habilitação das licitantes será verificada também por meio do SICAF, Nível I ao VI do Cadastro de Pessoa Jurídica, ou seja, da documentação abaixo especificada:

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) representante(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 devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

13.2.4. inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de 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. Faz 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;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



13.2.8.2. Faz 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. Faz 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 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. 63, da Lei 14.133/2021, ambos acrescentados pela Lei 12.440, de 7 de julho de 2011.

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 demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios social, já exigíveis e apresentados na forma da lei ou de regulamentação da Receita Federal do Brasil em caso de escrituração contábil digital, extraídos do Livro Diário, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprovem a boa situação financeira da empresa, mediante os seguintes critérios, cumulativamente:

a.1.) Todos os seguintes índices contábeis maiores que 1 (um):

•Liquidez Geral (LG) = $(\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante})$;

•Solvência Geral (SG) = $(\text{Ativo Total}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo não Circulante})$; e

•Liquidez Corrente (LC) = $(\text{Ativo Circulante}) / (\text{Passivo Circulante})$.

a.1.1) Capital Circulante Líquido – CCL ou Capital de Giro (Ativo Circulante – Passivo Circulante) no valor mínimo de 16,66% (dezesseis inteiros e sessenta e seis centésimos por cento) do valor total da proposta, tendo por base o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios social.

a.1.2) Patrimônio Líquido - PL mínimo de 10% (dez por cento) do valor total da proposta, devendo a comprovação ser feita através do balanço.

a.1.3) Declaração, que contenha *Relação de Compromissos Assumidos*, demonstrando que 1/12 (um doze avos) do valor total dos contratos firmados com a Administração Pública e/ou com a iniciativa privada, vigentes na data de abertura do certame, excluídas parcelas já executadas, não é superior a 100% (cem por cento) do patrimônio líquido.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



a.1.4) O Balanço Patrimonial e as Demonstrações Contábeis deverão estar assinados por contador ou técnico devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade (CRC), de acordo com a resolução CCFC nº 1.402/2012.

a.1.5) Com o objetivo de demonstrar a veracidade das informações prestadas em atendimento ao estabelecido neste edital, a licitante deverá apresentar a Demonstração de Resultado do Exercício (DRE) referente aos 2 (dois) últimos exercícios social, já exigível e apresentado na forma da lei ou de regulamentação da Receita Federal do Brasil em caso de escrituração contábil digital.

a.1.5) Caso seja detectada divergência no valor total dos contratos firmados na declaração de que trata a alínea este edital, correspondente a uma variação de 10% (dez por cento), para mais ou para menos, em relação à receita bruta discriminada na Demonstração de Resultado do Exercício (DRE), a licitante deverá apresentar os devidos esclarecimentos, a serem apreciados pela Equipe de Apoio com formação na área contábil.

a.1.7) Dos documentos, cópia 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.

13.2.13. Certidão Negativa de Falência e Recuperação Judicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica. Será admitida que a empresa em recuperação judicial participe do certame, desde que apresente certidão emitida pela instância judicial competente afirmando que a interessada está apta economicamente e financeiramente a participar de processo licitatório, nos termos previstos no Acórdão 1697/2023-Plenário.

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.

13.2.13.1. A documentação constante no SICAF poderá ser considerada para fins de comprovação da documentação exigida neste item 8.10.7. do TR (balanço patrimonial e Demonstração de Resultado do Exercício).

13.2.14. Qualificação Técnica:

13.2.14.1. Apresentar Atestado(s) de Capacidade Técnica expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando que a licitante executou ou está executando serviços compatíveis ao objeto deste processo licitatório.

13.2.14.2. O(s) atestado(s) deverá(ão) possuir informações para qualificar a prestação de serviços, objeto deste Edital., bem como possibilitar à Equipe de Licitação da Prefeitura Municipal de Parauapebas possa confirmar sua veracidade junto ao(s) emissor(es) do(s) atestado(s).

13.2.14.3. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.

13.2.14.4. O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaoopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos).

13.2.14.5. E ainda:

- a) Certificado de Qualificação Técnica, atualizado, fornecido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP (art. 4º, § 1º, da Lei 12.232/2010).
- b) Registro ou inscrição da empresa na entidade profissional competente (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará – SINAPRO).

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.

13.2.14.6. 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 (dezesseis) 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 agente de contratação 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. AGENTE DE CONTRATAÇÃO E COMISSÃO TÉCNICA

15.1. Esta concorrência será processada e julgada por AGENTE DE CONTRATAÇÃO, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021 - 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 COMISSÃO NÃO poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA.

15.3. A seleção dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á através de sessão pública efetivada através de Chamamento Público, no qual deverá no mínimo, habilitar-se no processo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados e sorteados, 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.

15.3.1. A relação dos nomes referidos no subitem 15.3 deste Edital será publicada pela Coordenadoria de Licitações e Contratos 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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO de modo a garantir o preenchimento das vagas da comissão 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.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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.

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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO de justificativa cabível para a exclusão.

15.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na comissão 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.

15.4. Caberá a Subcomissão Técnica;

15.4.1. analisar individualmente e julgar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste edital;

15.4.2. elaborar e encaminhar ao Agente de Contratação os documentos relativos ao julgamento da proposta técnica, compreendidos pela ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, planilha com as pontuações dos quesitos e justificativa escrita das razões que as fundamentaram;

15.4.3. manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pelo(a) Agente de Contratação.

16. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

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 pelo(a) agente de contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

16.1.1. 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.

16.1.2. A agente de contratação e a comissão 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 agente de contratação.

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

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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@mpm.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



16.1.5. 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.

16.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a agente de contratação ou a comissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

16.1.7. A agente de contratação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

16.1.8. 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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO, 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.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



16.2.2.1. A AGENTE DE CONTRATAÇÃO, 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 accidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

16.2.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Envelopes nº 1 e nº 3, a AGENTE DE CONTRATAÇÃO e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO.

16.2.5. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO à COMISSÃO 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 comissão técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c)Elaboração e encaminhamento, pela comissão técnica à AGENTE DE CONTRATAÇÃO, 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 AGENTE DE CONTRATAÇÃO, à COMISSÃO 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 comissão 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 COMISSÃO TÉCNICA, à AGENTE DE CONTRATAÇÃO, 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 comissão 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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da comissão 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 subquesito 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 comissão Técnica, a AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, da Lei nº 14.133/2021.

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

TERCEIRA SESSÃO

16.4. Não tendo sido interposto recurso ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a agente de contratação 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 agente de contratação 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;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



- 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;
- 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 Art. 36, § 1º, inciso I e § 2º, da Lei nº 14.133/2021, 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 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. art. 165, da Lei nº 14.133/2021.

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 agente de contratação 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 agente de contratação 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 da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, da Lei nº 14.133/2021;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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. GARANTIA

17.1. Será exigida da contratada a apresentação à PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data da assinatura do contrato, comprovante de prestação de garantia correspondente a 1% (um por cento) do valor do contrato, com validade para todo o período de execução dos serviços, mediante a opção por uma das seguintes modalidades:

17.1.1. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública (devendo estes terem sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda).

17.1.1.1. A garantia em apreço, quando em dinheiro, deverá ser efetuada em caderneta de poupança em favor da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS.

17.1.2. Seguro-garantia.

17.1.3. Fiança bancária.

17.2. No caso de rescisão do contrato, por culpa da licitante contratada, não será devolvida a garantia, responsabilizando-se a licitante por perdas e danos causados à PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS, além de sujeitar-se a outras penalidades previstas na lei.

17.3. A recusa injustificada da contratada em prestar a garantia de execução, dentro do prazo estabelecido, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se às penalidades legalmente estabelecidas e previstas neste Edital.

17.4. A contratada é obrigada a apresentar complementação da garantia contratual estipulada na condição do **Termo de Referência**, no caso de prorrogação da vigência do contrato ou aumento do valor contratado.

17.4.1. A complementação da garantia contratual será de acordo com a prorrogação da vigência do contrato ou sobre o aumento do valor contratado.

17.5. 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.

17.6. 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.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



17.7. 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.

17.8. 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.

17.9. 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

18. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

18.1. Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida a autoridade competente, por intermédio da agente de contratação, no endereço mencionado no subitem 2.1.

18.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 3 (três) dias úteis.

18.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a agente de contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) a autoridade competente, que decidirá em 3 (três) dias úteis contados de seu recebimento.

18.4. 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.

18.5. 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 ser indicado pela agente de contratação.

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

19. VIGÊNCIA

19.1. O presente Contrato terá duração de 60 (sessenta) 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. 107, da Lei n.º 14.133/2021. EM consonância ai item 1.1.3 e 1.1.3.1 do Termo de Referência.

20. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

20.1. As despesas decorrentes da execução dos serviços, objeto deste Edital, correrão à conta da dotação orçamentária Exercício 2025, Classificação Institucional: 0201, Classificação Funcional: 04

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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.

20.2. 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

21. DO TIPO DE LICITAÇÃO

21.1. Trata-se de licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, do tipo **técnica e preço**, enquadrada sob a égide da Lei nº 12.232/2010, com aplicação complementar das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

22. DA ADJUDICAÇÃO

22.1. A execução do objeto desta CONCORRÊNCIA será adjudicada por preço unitário, depois de atendidas as condições deste Edital.

23. DA HOMOLOGAÇÃO

23.1. Após a divulgação do resultado de julgamento das propostas e decorrido o prazo recursal previsto em lei, e adjudicado o objeto à licitante vencedora do certame, o mesmo será homologado pela autoridade competente do GABINETE DO CHEFE DO PODER EXECUTIVO.

24. DA FISCALIZAÇÃO

24.1. A Assessoria de Comunicação- ASCOM designará um servidor para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, anotando em registro próprio todas as ocorrências relacionadas ao fornecimento e determinando o que for necessário à regularização de falhas ou defeitos observados.

24.2. O acompanhamento e a fiscalização da execução do contrato consistem na verificação da conformidade do fornecimento, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do contrato, devendo o servidor designado sugerir melhorias, reclamar e comunicar-se diretamente com a CONTRATADA, bem como encaminhar providências referentes à execução do contrato.

24.3. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput), conforme termos de nomeação em conformidade com os artigos 23 a 26 do Decreto Municipal nº 375 de 5 de março de 2024.

24.4. A fiscalização do Contrato será realizada pelos servidores:

Marcilene Sousa Matos - titular

Ozeias de Jesus Pereira - suplente.

25. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

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

25.1.2. 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;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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

25.1.4. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

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

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

26. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

Salários;

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

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

26.1.2. 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.

26.1.3. 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.

26.1.4. 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.

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

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

26.1.7. 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.

26.1.8. 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.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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

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

26.1.11. 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.

26.1.12. 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.

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

26.1.14. 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.

26.1.15. 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.

26.1.16. 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.

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

26.1.18. 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.

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

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

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

26.1.22. 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.

26.1.23. 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.

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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@mpa.para.gov.br)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



26.1.25. 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.

26.1.26. 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).

26.1.27. 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.

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

26.1.29. 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.

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

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

27.1.2. 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;

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

27.1.4. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

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

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

28. DAS OBRIGAÇÕES SOCIAIS, COMERCIAIS E FISCAIS

28.3. À CONTRATADA caberá, ainda:

28.3.1. 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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com Município de PARAUAPEBAS.

28.3.2. Assumir, também, a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica de acidentes do 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.

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

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

28.4. 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.

28.5 - Deverá a CONTRATADA observar, também, o seguinte:

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

28.5.2. 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. Taxa de agência, no percentual de ____ % sobre o custo de produção realizado por terceiros ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados.

29.1.3. Taxa de agência, no percentual de ____ %, sobre os custos de produção realizada por terceiros, sobre o custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou de 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.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



29.4. 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.

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. 125 da Lei nº 14.133/2021.

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

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 é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas no memorial descritivo.

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

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

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 à 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. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

32.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



- 32.1.1 deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo/a pregoeiro/a durante o certame;
- 32.1.2. Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não manter a proposta em especial quando;
- 32.1.3. não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;
- 32.1.4. recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;
- 32.1.5. pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou
- 32.1.6. deixar de apresentar amostra;
- 32.1.7. apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;
- 32.1.8. não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- 32.1.9. recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;
- 32.1.10. apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;
- 32.1.11. fraudar a licitação;
- 32.1.12. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando;
- 32.1.13. agir em conluio ou em desconformidade com a lei;
- 32.1.14. induzir deliberadamente a erro no julgamento;
- 32.1.15. apresentar amostra falsificada ou deteriorada;
- 32.1.16. praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- 32.1.17. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013
- 32.2. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:**
- a)multa;
- b)impedimento de licitar e contratar e
- c)declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.
- 32.2.1. Na aplicação das sanções serão considerados;
- 32.2.2. A natureza e a gravidade da infração cometida;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



- 32.2.3. As peculiaridades do caso concreto;
- 32.2.4. As circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- 32.2.5. Os danos que dela provierem para a Administração Pública.
- 32.2.6. A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.
- 32.2.7. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, a contar da comunicação oficial. Para as infrações previstas nos itens, b), d) e i), a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.
- 32.2.8. Para as infrações previstas nos itens, k), l), m), q) e r), a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.
- 32.2.9. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.
- 32.2.10. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.
- 32.3. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens b), c) e i), quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.
- 32.4. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens k), l), m), q) e r), bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens b), d) e i) que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.
- 32.5. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item 32.1.8, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do art. 45, §4º da IN SEGES/ME n.º 73, de 2022.
- 32.6. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.
- 32.7. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

32.8. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

32.9. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

33. DA INEXECUÇÃO OU RESCISÃO DO CONTRATO

33.1. A inexecução total ou parcial do contrato enseja a sua rescisão, conforme disposto no art.137 Lei 14.133/2021.

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 no artigo 104 da Lei nº 14.133/21, 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 89, da Lei nº 14.133/2021:

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;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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;

33.4.4. Quando a extinção decorrer de culpa exclusiva da Administração, conforme o § 2º do art. 138 da Lei Federal nº 14.133/2021, o contratado será resarcido pelos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido e terá direito a:

33.4.4.1. Devolução de garantia;

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

33.4.4.3. Pagamento do custo da desmobilização.

33.5. 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.

34.2. A AGENTE DE CONTRATAÇÃO 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. 138, Lei nº 14.133/2021, 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, relevar 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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



12.527, de 2011.

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

Parauapebas (PA), 10 de outubro de 2025.



Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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 Lei nº 14.133/2021.

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 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 Art. 147, parágrafo único da Lei nº 14.133/2021.

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.

34.13.1 Havendo divergências entre as especificações e critérios de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços contidas neste Edital, prevalecerão as disposições contidas no Termo de Referência, anexo a este Edital.

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, portal do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará – TCM e Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, caput, da Lei nº 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@mpm.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



ANEXOS DO EDITAL

ANEXO - TERMO DE REFERÊNCIA;

ANEXO - PLANILHA DE FORMAÇÃO DE PREÇOS

ANEXO - BRIEFING;

ANEXO - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO SUJEITOS À VALORIZAÇÃO;

ANEXO - TABELA SINAPRO/PA;

ANEXO - TABELA PREVISÃO DE DEMANDA;

ANEXO - CALENDÁRIO ANUAL 2025;

ANEXO - MINUTA DE CONTRATO.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacao@clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



ANEXO I TERMO DE REFERÊNCIA

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)
Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))
E-mail: (licitacaomp.clc@gmail.com)
E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de até 02 (duas) agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e a distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

1.1. Condições e exigências estabelecidas neste instrumento

- 1.1.1.** O objeto desta contratação é caracterizado como serviço intelectual.
- 1.1.2.** Modalidade Concorrência, na forma **Presencial**, tipo Técnica e Preço.
- 1.1.3.** O contrato terá duração inicial de 60 (sessenta) meses, podendo ser prorrogável por igual período, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/21, no interesse da Administração e mediante acordo entre as partes, que justifiquem o interesse público.
 - 1.1.3.1.** Considerando que os serviços de publicidade possuem natureza continuada e são essenciais para assegurar a transparência da gestão, a ampla divulgação dos atos oficiais e das campanhas de interesse público, a contratação com vigência inicial de **60 (sessenta) meses** apresenta a **maior vantagem econômica**, nos termos do art. 106, inciso I, da Lei nº 14.133/2021, decorrente de **redução de custos administrativos**, ao evitar certames anuais e despesas correlatas; **planejamento estratégico contínuo**, alinhado ao PPA, LDO e LOA, evitando fragmentação das ações; **eficiência técnica e institucional**, pelo acúmulo de conhecimento das agências e aperfeiçoamento das campanhas.
 - 1.1.3.2.** Assim, a contratação plurianual assegura **economicidade, continuidade, eficiência administrativa**, garantindo melhor aproveitamento dos recursos públicos, atendendo ao interesse público de forma mais vantajosa que contratações de curta duração.

1.2. Detalhamento do objeto

- 1.2.1.** Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados:
 - a)** ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente à determinada ação publicitária;
 - b)** à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados pela agência contratada;
 - c)** à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais;
 - d)** à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e as ações publicitárias;



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

- e) à produção de todas as peças sugeridas;
- f) à consultoria na distribuição das peças produzidas conforme o plano de mídia e não-mídia;
- g) reuniões presenciais ou remotas com a equipe da Ascom da Prefeitura Municipal de Parauapebas (PMP), para aprovação;
- h) à entrega, para fins de arquivo, de duas cópias (impressas e gravadas em mídia digital) de todo o material produzido.

1.2.2. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do subitem

1.2.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal de Parauapebas, alcançando o público-alvo por meio de veículos/plataformas de comunicação e divulgação, nos quais serão difundidas as peças e as campanhas publicitárias;
- b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.2.3. A contratação dos serviços elencados no item 1 tem como objetivo atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visem difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

1.2.4. planejamento previsto no item 1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) e digitais (on-line), visando ao alcance dos objetivos de comunicação e à superação dos desafios apresentados. Devem ser previstos, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.2.5. Os serviços previstos no item 1 não abrangem atividades de promoção, patrocínio, assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas, tampouco a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.2.7. As agências atuarão por ordem e conta da Assessoria de Comunicação - Ascom, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das **atividades complementares** a que se refere o subitem 1.2.1. de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (Art. 3º da Lei nº 4.680/65 c/c ao Art. 2º da Lei nº 12.232/10).

1.3. Local e prazo para prestação dos serviços



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

1.3.1. O prazo para início da prestação dos serviços será de até 10 (dez) dias corridos, contados a partir do recebimento da ordem de serviço, e, durante toda a vigência do contrato, a empresa contratada deverá cumprir o que está descrito na especificação constantes neste Termo de Referência e seus anexos.

1.3.2. A agência a ser contratada deverá ter uma base de apoio localizada no município de Parauapebas-PA.

1.3.3. A agência a ser contratada deverá indicar 01 (um) responsável, que responderá também perante a Administração por todos os atos e comunicações formais.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. Prefeitura de Parauapebas está organizada em **20 Secretarias Municipais**: GABIN (Gabinete do Prefeito), SEMAD (Administração), SEMAS (Assistência Social), SECULT (Cultura), SEGOV (Secretaria de Governo), SEJUV (Juventude), SEMTUR (Turismo), SEDEN (Desenvolvimento), SEMED (Educação), SEMEL (Esporte e Lazer), SEFAZ (Fazenda), SEHAB (Habitação), SEMMA (Meio Ambiente e Sustentabilidade), SEMMECT (Mineração, Energia, Ciência e Tecnologia), SEMMU (Mulher), SEMOB (Obras), SEMPROR (Produção Rural), SEMSA (Saúde), SEMURB (Serviços Urbanos) e SEMSI (Segurança Institucional e Defesa do Cidadão). Existem **8 Coordenadorias**: CTRH (Treinamento e Recursos Humanos), COOTER (Regularização Fundiária), CTIC (Tecnologia da Informação e Comunicação), COMPED (Coordenadoria Municipal da Pessoa com Deficiência), Polo Moveleiro, Defesa Civil, COPEC (Coordenadoria de Convênios, DED, PROSAP) e CLC (Central de Licitações e Contratos), e outros **8 órgãos da administração direta**: ASCOM, OUVIDORIA, CGM, PGM, DMTT, DRC, PROCON e DAM, e **1 autarquia**: o SAAEP.

2.2. A Assessoria de Comunicação (Ascom) é responsável por coordenar e executar atividades relacionadas à comunicação institucional no âmbito da Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA. Essa atuação baseia-se no princípio constitucional da publicidade, disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal, que assegura à população o direito e ao Estado o dever de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e adotar providências necessárias para o controle da legalidade, moralidade e eficiência da gestão.

2.3. As ações de comunicação publicitária devem ser desenvolvidas e executadas com vistas ao alcance de objetivos como: dar amplo conhecimento à sociedade sobre as políticas e programas do Poder Executivo Municipal; divulgar os direitos do cidadão e os serviços disponíveis; estimular a participação social no debate e na formulação de políticas públicas; e disseminar informações de interesse público aos diversos segmentos sociais.

2.4. É fundamental que as atividades de estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna e supervisão da distribuição externa dos serviços publicitários sejam realizadas de forma integrada e profissional, com o objetivo de atingir o público-alvo de maneira eficaz e transparente.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

2.5. Dessa forma, a comunicação publicitária contribui para a missão de fortalecer o poder público municipal e aproxima-lo do cidadão, favorecendo uma gestão mais responsável, responsável e socialmente efetiva. Promove, ainda, a transparência das ações governamentais e fomenta a participação dos cidadãos nos processos decisórios.

2.6. Ademais, atualmente não há contrato vigente para atendimento dessa demanda. Considerando que a ausência de publicidade e transparência implicará em retrocesso no fornecimento de informações à população, e conforme prevê a Lei Federal nº 12.232/2010 que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade pela administração pública torna-se necessária a adoção de providências.

2.7. Diante do exposto, verifica-se a necessidade pública de prover uma solução capaz de promover publicidade e maior transparência na divulgação das atividades e atos institucionais da gestão pública municipal. Assim, é imprescindível buscar a melhor solução disponível no mercado para atender a essa necessidade, qual seja: a publicidade dos atos, programas e serviços informativos e sociais, com o intuito de cumprir a função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência junto à população de Parauapebas-PA.

2.8. Os serviços serão executados de forma indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, com aplicação complementar das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

2.9. Esta concorrência fundamenta-se legalmente na Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, de 19 de junho de 2023, e na Portaria SECOM nº 8.038, de 30 de dezembro de 2022, além do Decreto nº 371, de 1º de março de 2024, que recepciona integralmente a IN nº 73/22. Tornam-se públicas, assim, as diretrizes aplicáveis às empresas interessadas, nos termos da Lei nº 4.680/1965, da Lei nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, da Lei nº 14.133/2021, bem como demais legislações pertinentes.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

3.1. Após a análise das soluções possíveis, conforme registrado no Estudo Técnico Preliminar (ETP), **optou-se pela contratação, via procedimento licitatório, de até 02 (duas) agências de publicidade e propaganda**, em conformidade com a **Lei nº 12.232/2010**, por se revelar a alternativa mais adequada ao interesse público, considerando critérios de economicidade, eficiência, transparência e conformidade legal.

Tal escolha demonstra-se vantajosa em razão de:

a) Vantajosidade Técnica e Econômica:

A contratação de agências especializadas assegura a melhor relação custo-benefício, permitindo à Administração contar com equipes multidisciplinares e estrutura técnica já disponível no mercado, evitando dispêndios com investimentos em pessoal, equipamentos e capacitação, os quais seriam inevitáveis na execução direta. Além disso, promove maior eficiência na alocação dos recursos orçamentários destinados à comunicação institucional;

b) Adequação ao Público-Alvo:



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

A agência contratada disporá de expertise para identificar e selecionar os canais de mídia mais eficazes, TV, rádio, mídia digital, impressa e demais meios adequados às características do público-alvo de cada campanha, em conformidade com os princípios da impessoalidade e da publicidade;

c) Transparência e Conformidade Legal:

Todo o processo de pesquisa e análise será conduzido em conformidade com a Lei 12.232/2010, garantindo que a contratação seja feita de maneira transparente, eficiente e que atenda aos princípios da administração pública, como a moralidade e a publicidade;

3.2. Assim, a solução escolhida, **licitação para contratação de até 02 (duas) agências de publicidade e propaganda**, demonstra-se a alternativa mais adequada para atender, de forma plena e estratégica, às demandas de comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Parauapebas.

Trata-se de uma medida que alia **eficiência, economicidade e qualidade**, permitindo que a Administração tenha acesso a estruturas especializadas já consolidadas no mercado, sem necessidade de altos investimentos em pessoal, tecnologia e infraestrutura interna, como ocorreria na execução direta.

3.2.1. A opção por até duas agências amplia as vantagens do modelo, pois garante **maior competitividade e diversidade criativa**, fomentando a inovação e proporcionando acesso a soluções distintas para cada campanha; assegura a possibilidade de **seleção interna entre contratadas**, permitindo que a Ascom escolha a proposta mais adequada para cada demanda específica; promove a **mitigação de riscos**, já que a existência de mais de uma agência contratada garante a continuidade dos serviços mesmo diante de eventual falha ou sobrecarga; e contribui para a **otimização da gestão interna**, evitando sobrecarga da equipe de comunicação da Prefeitura e assegurando melhor fluxo e eficiência na execução das campanhas.

3.2.2. Portanto, a contratação de até 02 (duas) agências de publicidade e propaganda configura-se não apenas como a solução mais viável, mas como a que melhor satisfaz o interesse público, garantindo resultados consistentes, inovadores e de elevado alcance social para a comunicação institucional do município.

3.3. Justificativa ME/EPP

3.3.1. As disposições constantes nos Arts. 42 a 49 da Lei Complementar nº 123/2006 **NÃO SE APLICAM** de forma direta a esta concorrência, visto que valor estimado é superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, conforme Inc I, § 1 do Art.4 da Lei 14.133/2021.

3.3.2. Entretanto, sem prejuízo do disposto no subitem **3.3.1. e da subcontratação parcial** prevista neste TR, a Administração poderá exigir de que parcela dos serviços complementares seja subcontratada de **microempresas ou empresas de pequeno porte**, quando tecnicamente



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

compatível com o objeto e atendidos os requisitos de habilitação, nos termos do **art. 48, II, da LC nº 123/2006** e do **art. 122 da Lei nº 14.133/2021**.

3.4. Justificativa para o não parcelamento

3.4.1. Nas contratações em geral, é obrigatório o fracionamento externo do objeto em tantas parcelas quantas sejam cabíveis em vista da técnica e da economia. Porém, no caso da contratação de serviços de Comunicação e Publicidade, esta obrigatoriedade não é aplicável.

Marçal Justen Filho relata em seu livro “Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração” que “*A questão do parcelamento dos contratos de publicidade apresenta complexidade diferenciada. Até se pode admitir que a Administração está obrigada, no tocante às contratações de publicidade, a promover o fracionamento do objeto em tantas parcelas quantas sejam apropriadas, tal como previsto no art. 23, §1º, da Lei nº 8.666. O problema reside em que a natureza dos interesses administrativos não comporta uma definição precisa e exata do objeto contratual*” (JUSTEN FILHO, 2020, p. 138).

3.4.2. O serviço de publicidade é de natureza técnica, cujas especificidades dependem da situação de cada momento. Diante da solicitação de uma ação publicitária, a agência irá estudar e analisar os problemas, as oportunidades, o público-alvo, os objetivos, etc., e propor uma solução de comunicação. É nesta solução que a agência demonstra sua estratégia de comunicação, a ideia criativa e as peças que serão executadas para se comunicar com o público-alvo, além da estratégia de mídia, com a relação dos veículos e as quantidades adequadas de inserções para o maior alcance do público. Por isso, não é possível quantificar, pré-definir ou especificar o serviço de publicidade antes que a situação ocorra, não sendo possível, assim, pormenorizar por meio de planilha as quantidades e custos para uma solução que ainda será estudada e criada pela agência.

3.4.3. Ademais, o serviço de publicidade se constitui em um conjunto de atividades realizadas integradamente, não sendo possível contratar itens separadamente, como a criação, a veiculação, a produção, etc. Não é possível também dividir o objeto em campanhas, sendo cada qual contratada por meio de uma licitação própria. Isso inviabilizaria a política publicitária municipal e tornaria impraticável a comunicação governamental. Quando a necessidade de comunicação surge, em geral, não se tem como esperar que o certame seja processado, sob pena de fazer a ação intempestiva. É próprio da informação publicitária o aproveitamento de oportunidades. Além disso, sob a perspectiva econômica, seria oneroso o lançamento de uma licitação para cada campanha.

3.4.4. Diante das peculiaridades apresentadas, o parcelamento da contratação torna-se tecnicamente inviável.

3.5. Demonstrativo dos resultados pretendidos



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

3.5.1. Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de publicidade, a Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA, por meio da Assessoria de Comunicação - Ascom, pretende desempenhar sua missão e competências institucionais de disseminar os conteúdos da gestão de governo junto à sociedade, com maior transparência, eficiência e eficácia, em decorrência da melhoria da qualidade técnica dos serviços, promovida pela atualização dos procedimentos contratuais da publicidade governamental.

3.5.2. Desempenhar a missão e competência da Assessoria de Comunicação, de planejar, propor, executar e acompanhar a política municipal de comunicação social do Poder Executivo.

3.5.3. Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Estado em divulgar seus atos e programas, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população, para que a ela possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida. Benefícios Esperados: A implementação dessa solução traz diversos benefícios para a administração pública:

Maior Eficiência na Utilização de Recursos Públicos: Ao adotar práticas comprovadas e otimizar as escolhas, será possível alcançar os objetivos da campanha com o uso mais racional dos recursos financeiros.

Maior Impacto nas Campanhas: A utilização de novas metodologias e tecnologias pode gerar campanhas mais eficazes, com maior alcance e engajamento do público-alvo.

Transparência e Credibilidade: O processo estruturado de consulta e análise garante a transparência e fortalece a confiança no processo licitatório, promovendo um uso ético e responsável dos recursos públicos.

Inovação e Modernização: A pesquisa de mercado permitirá a adoção de novas tecnologias e práticas inovadoras, alinhando a administração pública às tendências mais atuais do setor de comunicação e publicidade.

3.5.4. Desta feita, com a contratação de serviços de publicidade, a Prefeitura Municipal de Parauapebas pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação do Governo Municipal, trazendo maior transparência aos atos de governo, além de contribuir para a efetividade do exercício da cidadania pela população, o que caracteriza o correto cumprimento de sua missão institucional.

3.6. Da natureza continuada dos serviços de publicidade a serem contratados

3.6.1. De acordo com o art. 15 da Instrução Normativa SEGES/MP nº 5/2017, os serviços prestados de forma continuada são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

3.6.2. Considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Parauapebas-PA, a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, pode comprometer a execução de um dos serviços prestados pela Assessoria de Comunicação à sociedade, em observância ao princípio da publicidade, disposto no §1º do art. 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados. Assim, a interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio das agências de propaganda deixaria a Ascom impedida, temporariamente, de exercer sua missão institucional.

3.6.3. Considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional da gestão pública do Município de Parauapebas junto à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, por iguais e sucessivos períodos, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado, de acordo com o art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

Ainda:

O Tribunal de Contas da União adota o entendimento de que a definição de um serviço como sendo, ou não, continuado depende das características específicas em cada caso concreto. No Acórdão n. 132/2008 - TCU - 2ª Câmara, o Ministro Relator Aroldo Cedraz assim se manifestou:

(...)

28. Sem pretender reabrir a discussão das conclusões obtidas naqueles casos concretos, chamo a atenção para o fato de que a natureza contínua de um serviço não pode ser definida de forma genérica. Deve-se, isso sim, atentar para as peculiaridades de cada situação examinada.

29. Na realidade, o que caracteriza o caráter contínuo de um determinado serviço é sua essencialidade para assegurar a integridade do patrimônio público de forma rotineira e permanente ou para manter o funcionamento das atividades finalísticas do ente administrativo, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.

3.7. Da subcontratação

3.7.1. Será admitida apenas a **subcontratação parcial**, restrita aos serviços de atividades complementares descritos no subitem 1.2.1 deste TR, bem como à contratação de veículos e demais meios de divulgação necessários à transmissão das mensagens publicitárias, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680/1965 e do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

3.7.2. É vedada a subcontratação integral do objeto, bem como a subcontratação de outra agência de propaganda para execução dos serviços previstos no item 1 deste TR, sendo a agência contratada **integralmente responsável** pela supervisão, coordenação e qualidade da execução.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1. A Lei nº 12.232/2010 estabelece no inciso III do artigo 6º que "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**."

O **Plano de Comunicação Publicitária** já possui seu conteúdo estabelecido pelo artigo 7º da Lei nº 12.232/2010, conforme segue:

4.1.1. 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.

4.1.2. O Conjunto de Informações, por sua vez, "será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes", conforme traz o artigo 8º da Lei nº 12.232/2010.

4.1.3. Conforme disposto, a Proposta Técnica será composta de um Plano de Comunicação Publicitária e de um Conjunto de Informações referentes ao proponente, que contemplam uma série de quesitos a serem julgados, os quais, juntos, possibilitam a avaliação da capacidade técnica das licitantes, previsto neste TR.

4.2. Obrigações da contratada

4.2.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no Contrato ou dele decorrentes:



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

- 4.2.2.** Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 4.2.3.** Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE, observadas especificações estabelecidas pela CONTRATANTE.
- 4.2.4.** Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos a contar da data da assinatura do contrato, que possui, em Parauapebas-PA, estrutura de atendimento compatível com o volume e a natureza dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.
- 4.2.5.** Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste TR, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior, podendo usar a estrutura da matriz como suporte para esse atendimento.
- 4.2.6.** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e transferir a CONTRATANTE as vantagens obtidas.
- 4.2.6.1.** O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso está venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.
- 4.2.6.2.** Serão transferidas à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.
- 4.2.7.** Realizar cotação prévia de preços para todos os serviços prestados por fornecedores, observando especialmente os arts. 14 e 15 da Lei nº 12.232/2010.
- 4.2.7.1.** Buscar apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas idôneas e de reconhecida qualificação técnica.
- 4.2.7.2.** Se não houver possibilidade ou necessidade de obter 03 (três) propostas de preços, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes.
- 4.2.8.** 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.
- 4.2.9.** 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.
- 4.2.10.** Obter a aprovação prévia e expressa da CONTRATANTE para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este contrato.



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

4.2.11. 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.

4.2.12. 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.

4.2.12.1. 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.

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

4.2.14. 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, sendo em 02 (duas) vias impressa e assinada, contendo comprovação digital dos serviços realizados, **quando for o caso.**

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

4.2.16. Não caucionar ou utilizar do contrato como garantia para qualquer operação financeira.

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

4.2.18. 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.

4.2.19. Assumir os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência dos serviços objeto deste TR e 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.

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

4.2.20. 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.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

4.2.21. 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 (10) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento. No caso de não recolhimento dos valores devidos à CONTRATANTE, fica autorizado retenção de futuros pagamentos devidos às CONTRATADAS (Acórdão TCU 3301/2015-Plenário).

4.2.22. 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.

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

4.2.24. 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.

4.3. Obrigações da contratante

4.3.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas no Contrato ou dele decorrentes:

- a)** cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b)** 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;
- c)** fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d)** proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- e)** notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f)** notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade, garantido o direito da ampla defesa.
- g)** efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados.

4.4. Impactos ambientais

4.4.1. A pretensa contratação envolve impactos ao meio ambiente, em relação as instalações de suas infraestruturas tecnológicas e elétricas, na apresentação da sua logística, espaço de publicidades. No entanto o edital deverá contemplar dispositivos específicos para garantir



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

práticas de sustentabilidade por parte das agências de propaganda contratadas durante a execução dos serviços, contribuir para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável no cumprimento de diretrizes e critérios de sustentabilidade ambiental de acordo com o art. 225 da Constituição Federal/88, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 e com o art. 6º da Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 01, de 19 de janeiro de 2010.

4.4.2. Deverá ainda incluir no Contrato, na cláusula da “Obrigações da Contratada” que a mesma, adote, no que couber, boas práticas de sustentabilidade, visando a otimização de recursos, redução de desperdícios, menor poluição, racionalização do uso de substâncias tóxicas ou poluentes, promover a reciclagem e/ou destinação adequada dos resíduos gerados nas atividades pertinentes a execução do contrato, e realizar a separação dos resíduos recicláveis descartados e a coleta seletiva dos materiais para reciclagem, quando for o caso.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

5.1. Da Execução dos Serviços

5.1.1. Considerando o que já consta nos subitens 1.1 a 1.3 acima, segue o detalhamento do modelo de execução contratual:

5.1.1.1. A execução das ações de comunicação publicitária realizadas conforme prevê o § 3º do art. 2º da Lei Nº 12.232/2010 (tendo havido adjudicação do objeto licitado a mais de uma agência de propaganda), a Ascom procederá à SELEÇÃO INTERNA da agência que desenvolverá e executará a campanha, observando sempre o equilíbrio proporcional na execução orçamentária e financeira dos dois contratos, de forma que as contratadas tenham as mesmas oportunidades em volume de trabalho e valores, em respeito aos princípios da imparcialidade, da razoabilidade, da eficiência e da transparência na administração pública.

5.2. A agência deverá prestar os serviços de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, e a intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade institucional de cunho informativo aos veículos e demais meios de comunicação com o objetivo de promover os atos de Administração ao Públíco em geral, dentro dos parâmetros definidos no § 1º do art. 37 da Constituição Federal e de conformidade com o determinado pelo art. 2º, § 1º, incisos I, II e III, da Lei 12.232/2010.

5.3. A agência a ser contratada deverá também executar as seguintes atribuições:

5.3.1. Realizar o planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos do público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e as ações publicitárias ou ainda sobre os resultados das campanhas realizadas;

5.3.2. É vedado à pretensa contratada a inclusão, nas pesquisas, avaliações e relatórios técnicos, de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade. A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados deverão restringir-se exclusivamente às demandas previstas no contrato e autorizadas formalmente pela Administração, sendo admitida a inserção



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

de conteúdos alheios ao interesse público e aos objetivos institucionais da Prefeitura Municipal de Parauapebas;

5.3.3. Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

5.3.4. Elaborar programas de comunicação institucional;

5.3.5. Assessorar no desenvolvimento de produtos e serviços;

5.3.6. Elaborar marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de programação visual;

5.3.7. Realizar demais iniciativas no campo da informação, da divulgação, da publicidade e da propaganda;

5.3.8. Elaborar o planejamento de estratégias que possibilitem estimular parcerias com a iniciativa privada, visando projetos que venham a beneficiar o município.

5.4. A Ascom definirá e estabelecerá os tipos e a natureza das campanhas publicitárias a serem executadas mediante a entrega de briefing à contratada.

5.5. Os serviços poderão ser iniciados mediante o reconhecimento, pela proponente vencedora, da ordem de serviço especificada de cada campanha, com a devida aprovação da proposta de trabalho e do orçamento apresentado à Ascom.

5.6. A ordem de serviço deverá conter a natureza dos serviços a serem prestados, prazos de execução e/ou entrega, assim como os valores totais, acompanhada das competentes notas de empenho das despesas.

5.7. É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, os quais deverão ser contratados através de processo licitatório próprios, obedecendo a legislação vigente.

5.8. Na execução do contrato será observado o disposto no art. 73, VI. "b", da Lei 9.504/97.

5.9. Os serviços serão prestados conforme necessidade da Ascom, de acordo com o planejamento institucional para as campanhas publicitárias.

5.9.1. A execução dos serviços será remunerada:

a) Pelo desconto de 20% (vinte por cento) (ver art. 14 e 15, do Decreto 57.690/66) concedido pelos veículos de comunicação sobre seus preços, na forma do disposto no subitem 2.5.1 das normas padrão do CENP, incorporados ao sistema legal por força do art. 7º do Decreto 57.690/66, fixados como estímulo à agência;



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

b) Pelos custos de criação e produção, decorrentes dos trabalhos de produção e serviços internos executados pela agência de propaganda, e pelos honorários cobrados sobre os serviços prestados por terceiros, conforme o contido na Proposta de Preços apresentada pela pretendida contratada.

5.10. Os serviços terão caráter educativo, informativo, de orientação e mobilização social, nos termos do § 1º, do art. 37, da Constituição Federal.

5.11. Todos os serviços a serem prestados terão seus Custos apresentados de forma detalhada para a Ascom, sob a forma de orçamento. A execução dos serviços dependerá da prévia autorização por escrito da Ascom nos referidos orçamentos se houver prestação de serviços por terceiros, órgãos de veiculação. Os valores referentes a cada um destes terceiros serão apresentados destacadamente nos orçamentos.

5.12. A Ascom poderá intervir nas negociações e nos percentuais de preços, no intuito de obter menor preço e maior desconto junto veículos de comunicação, fornecedores, cachês e outros.

5.13. Os serviços não previstos na tabela SINAPRO/PA vigente serão remunerados de acordo com o preço de mercado, demonstrado através de, no mínimo, 03 (três) orçamentos obtidos de empresas do ramo.

5.14. A Ascom deverá assegurar que os serviços prestados pela contratada atendam aos padrões de qualidade e estejam em conformidade com os requisitos estabelecidos, sendo realizado um acompanhamento contínuo e formal da execução do contrato. Esse acompanhamento será realizado por meio da emissão de relatórios periódicos que permitirão avaliar o desempenho da agência, monitorar o cumprimento das metas e garantir a transparência na gestão do contrato.

5.15. A agência a ser contratada é responsável pelos atos e atitudes de seus profissionais, decorrentes da inobservância dos procedimentos de Segurança e Meio Ambiente; sua responsabilidade significa também a obrigação de interromper qualquer atividade ou postura que represente risco imediato à Segurança e Saúde das pessoas e que possa causar qualquer impacto (dano) ao Meio Ambiente, além de responsabilidades por danos a terceiros e/ou seus bens e ou qualquer outro dano em ambiente do Município.

5.16. Das Condições de execução dos serviços

5.16.1. Os produtos e serviços constantes deste Termo de Referência serão executados e entregues continuadamente, mediante demanda, na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

5.16.2. As empresas serão contratadas por meio de concorrência pública, com critério de julgamento de Técnica e Preço, sob a égide da Lei nº 14.133/21 e da Instrução Normativa MP nº 05/2017.

5.16.2.1. Subsidiariamente, devem ser observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010, aplicáveis a este objeto, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara e na Instrução Normativa nº 1, de 2023, relativa à matéria.



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

5.16.3. Deverá ser designado 01 (um) responsável pela empresa contratada, que também responderá formalmente perante a Administração por todos os atos e comunicações relacionadas à execução contratual.

6. GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

6.1. A Assessoria de Comunicação - Ascom designará um servidor para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, anotando em registro próprio todas as ocorrências relacionadas ao fornecimento e determinando o que for necessário à regularização de falhas ou defeitos observados.

6.2. O acompanhamento e a fiscalização da execução do contrato consistem na verificação da conformidade do fornecimento, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do contrato, devendo o servidor designado sugerir melhorias, reclamar e comunicar-se diretamente com a CONTRATADA, bem como encaminhar providências referentes à execução do contrato.

6.3. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput), conforme termos de nomeação em conformidade com os artigos 23 a 26 do Decreto Municipal nº 375 de 5 de março de 2024.

6.4. A fiscalização do Contrato será realizada pelos servidores:

Marcilene Sousa Matos - titular

7. DO PAGAMENTO (Art. 141 – Lei nº 14.133/2021)

7.1. 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.

7.1.1. No caso de a(s) nota(s) fiscal(is) ser(em) emitida(s) e entregue(s) à Assessoria de Comunicação - Ascom, em data posterior à indicada no item anterior será imputado à contratada o pagamento dos eventuais encargos moratórios decorrentes.

7.1.2. 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 Assessoria de Comunicação – Ascom.

7.2. 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 as condições da proposta adjudicada e da ordem de serviço emitida.

7.3. As medições realizadas somente serão consideradas em condições de ser faturada pela contratada e aprovadas pela Assessoria de Comunicação - Ascom, após os ajustes necessários



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

das rejeições, caso houver, apontadas pela Fiscalização. Estas deverão vir acompanhadas das certidões de regularidade fiscal e trabalhista da contratada.

7.4. A Fiscalização da Assessoria de Comunicação - Ascom somente atestará a execução dos serviços e liberará a nota fiscal para pagamento, quando cumpridas, pela contratada, todas as condições pactuadas e aprovadas.

7.5. A Assessoria de Comunicação - Ascom reserva-se o direito de recusar o pagamento se, no ato da atestação, os serviços executados não estiverem em perfeitas condições de uso ou em desacordo com as especificações apresentadas e aceitas.

7.6. Não será efetuado qualquer pagamento à contratada enquanto perdurar pendência de liquidação de obrigações em virtude de penalidades ou inadimplência contratual, sem que isso gere direito à alteração dos preços ou de compensação financeira por atraso de pagamento.

7.7. A Prefeitura Municipal de Parauapebas poderá deduzir do montante a pagar os valores correspondentes a multas ou indenizações devidas pela contratada, nos termos desta dispensa.

7.8. A Prefeitura Municipal de Parauapebas pagará a (s) nota(s) fiscal (is) somente à contratada, vedada sua negociação com terceiros ou sua colocação em cobrança bancária.

7.9. 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.

7.10. 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 compensação 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 x N x 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 = Índice de compensação financeira = 0,0001644, assim apurado:

I = (TX) / 365 => I = (6/100)/365 => I = 0,0001644

TX = Percentual da taxa anual = 6%.

7.11. Em caso de atraso no pagamento por parte da Prefeitura Municipal de Parauapebas, o valor do montante será atualizado financeiramente, de acordo com o Índice Nacional de Preços ao Consumidor – INPC (IBGE), desde a data do seu vencimento até o dia do efetivo pagamento, bem como incidirá multa de 2% (dois por cento) sobre o valor da fatura e juros de mora de 0,033% (trinta e três milésimos por cento) ao dia de atraso e serão pagas por meio de crédito em conta corrente, conforme as regras contidas no item anterior, mediante Ordem Financeira e apresentação de nota de débito ou fatura.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

7.11.1. A compensação financeira prevista nesta condição 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 deste Edital e do contrato.

7.12. A CONTRATADA autoriza, expressamente, retenção de pagamentos devidos em valores correspondentes às obrigações trabalhistas inadimplidas pela CONTRATADA, incluindo salário e demais verbas trabalhistas, previdência social e FGTS, concernentes aos empregados dedicados à execução do contrato, e em decorrência de propositura de ações trabalhistas, em conformidade ao entendimento previsto no Acordão 3301/2015 - Plenário - TCU. Assim como a realização de pagamentos de salários e demais verbas trabalhistas diretamente aos empregados da CONTRATADA, bem assim das contribuições previdenciárias e do FGTS, quando a estes não forem adimplidos.

7.13. Autoriza também, depositar os valores retidos cautelarmente junto à Justiça do Trabalho, com o objetivo de serem utilizados exclusivamente no pagamento dos salários e das demais verbas trabalhistas, bem como das contribuições sociais e FGTS, quando não possível a realização desses pagamentos pela própria Administração, dentre outras razões, por falta da documentação pertinente, tais como folha de pagamento, rescisões dos contratos e guias de recolhimento.

7.14. O pagamento será realizado conforme a ordem cronológica de pagamentos do Município, em até 30 (trinta) dias contado após a emissão e protocolo da nota fiscal, com o aceite do fiscal, observadas as condições de recebimento provisória ou definitiva.

7.15. REMUNERAÇÃO E DESCONTO

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

7.15.2. 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 ____%

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

7.15.4. 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.

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

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



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

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

7.15.8. Diz Marçal Justen Filho em seu livro “Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração - Lei nº 12.232/2010”, Ed. Fórum, pág.362, que:

"Os custos das campanhas publicitárias não são absorvidos de modo necessário e integral pela agência de publicidade. A Agência pode ser remunerada por serviços prestados diretamente. Mas uma parcela significativa dos serviços de publicidade é executada por terceiros, em relação aos quais a agência atua como intermediário.

A disciplina da remuneração da agência de publicidade apresenta grande peculiaridade, não sendo assemelhada a qualquer outra espécie de contratação praticada pela Administração Pública."

7.15.9. Diz ainda, na pág. 365, que:

"A influência das práticas adotadas no setor privado relativamente à remuneração da agência reflete-se no âmbito do contrato administrativo. As soluções adotadas são variáveis, mas escapam ao padrão usual da contratação administrativa. Tal como será examinado adiante, admite-se a remuneração por custos internos e de criação, honorários percentuais por serviços de terceiros e o chamado "desconto padrão". Essa última figura é bastante peculiar."

7.15.10. Partindo desses conceitos e definições, é impossível haver cláusula de reajuste, pois não haveria solução que abarcasse uniformemente cada tipo de pagamento possível na contratação.

7.15.11. Além disso, por existir atrelamento a formas de pagamento diversas, torna-se mais fácil seguir o reajuste de mercado, determinados pelos fornecedores, como é o caso percentual de pagamento da tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Pará - SINAPRO/PA, na qual o reajuste seguirá a tabela do SINAPRO/PA vigente a cada ano.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

8.1. Forma de seleção e critério de julgamento da proposta:

8.1.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma PRESENCIAL, com adoção do critério de julgamento pela **técnica e preço**.

8.2. DA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.2.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

QUESITOS	SUBQUESITOS
I - Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária; Ideia Criativa; Estratégia de Mídia e Não Mídia.
II - Capacidade de Atendimento	
III - Repertório	
IV - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

8.2.3. QUESITOS

8.2.3.1. I - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

8.2.3.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing – ANEXO I e nas orientações deste Termo de Referência, observadas conforme a seguir:

I – Formatação realizada conforme item 8.3.

II – Deverá ser elaborado em 2 (duas) vias, sendo;

a) Plano de Comunicação Publicitária - **Via não identificada:** sem a possibilidade de identificação do licitante, com vistas à análise dos quesitos pela Subcomissão Técnica de forma totalmente imparcial e idônea, conforme exigências da Lei Federal nº 12.232/10, não poderá conter logotipo, nome, CNPJ, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n. 2, caso conste qualquer identificação, será eliminatório;

b) Plano de Comunicação Publicitária - **Via identificada:** deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, e conter a identificação da LICITANTE, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos.

8.2.4. SUBQUESITOS

8.2.4.1. Raciocínio Básico: deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a LICITANTE fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing da Prefeitura Municipal de Parauapebas constante no Anexo I deste TR.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

8.2.4.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a LICITANTE apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação relacionados aos desafios expressos no briefing, compreendendo:

- I. Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- II. 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.

8.2.4.3. Ideia Criativa: é um subquesito por meio do qual a LICITANTE apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

8.2.4.3.1. Todas as peças e/ou materiais que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da LICITANTE, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

8.2.4.3.2. Da relação de peças e/ou materiais, a LICITANTE deverá escolher e apresentar como exemplos aquelas que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes disposições:

- I. Serem apresentados sob a forma de:
 - a) roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;
 - b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
 - c) storyboard animado ou animação gráfica, para TV e cinema;
 - d) Cards, hotsite, perfil e demais peças para uso na internet em páginas, aplicativos, redes sociais e peças impressas.
- II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 7 (sete) e peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça e/ou material, observadas as seguintes regras:
 - a) Cada redução e/ou variação de formato será considerada como uma peça;
 - b) Cada peça apresentada como parte do kit será computada no referido limite;
 - c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete e celulares, rede sociais e aplicativos de comunicação, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
 - d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
 - e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

8.2.4.3.3. Na elaboração da animação gráfica e story-board animados poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

8.2.4.3.4. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme, “VT”, animação gráfica”, “TV”, “áudio e spot para rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem alínea “g” do subitem 8.3.1., destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e/ou material a que se refere o subitem 8.2.4.3.1.

8.2.4.3.5. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro nº 1.

8.2.4.3.6. As Peças mesmo com suportes, moldura ou passe-partout devem ser ajustadas para caber nas dimensões do invólucro nº 1.

8.2.4.3.7. 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 passe-partout.

8.2.4.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

- 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 (Anexo I)**, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas 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;
- b)** simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

8.2.4.4.1. Dessa simulação deverá constar resumo geral contendo, no mínimo, as seguintes informações:

- 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;



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

g. os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não-mídia.

8.2.4.4.2. 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.

8.2.4.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

- I - Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- II - Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;
- III - Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

8.3. FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

8.3.1. O caderno específico, que compõe o Plano de Comunicação Publicitária, deverá observar a seguinte formatação:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) A capa e contracapa em papel A4 branco com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, superior e inferior, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior direito, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) Sem identificação da licitante.

8.3.2. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou material, prevista no subitem 8.2.4.3.1, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas, nesse limite, a capa e contracapa e as páginas, eventualmente utilizadas, apenas para separação dos subquesitos.

8.3.2.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não-mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

8.3.3. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesito *Ideia Criativa* deverão ser apresentados em papel A4, com gramatura de 75g ou 90g, e/ou em papel fotográfico, com ou sem suporte rígido.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

I – Devem ser apresentados separadamente (soltos) do caderno a que se refere o subitem 8.3.1;
II – Devem estar adequados às dimensões do invólucro nº 1, cabendo à LICITANTE observar o disposto no subitem 8.2.4.3.6.

8.3.4. As tabelas e gráficos integrantes dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- I – Ser editados em cor preta e/ou em escala de cinza;
- II – Ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;
- III – Ser apresentado em papel A4, que será contabilizado como página para efeito do subitem 8.3.2.

8.3.5. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesitos Estratégia de Mídia e Não-mídia poderão:

- I – Ser editados em cores;
- II – Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

8.4. QUESITOS II, III e IV - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO).

8.4.1. Os quesitos II, III e IV deverão ser apresentados em caderno específico, de forma separada, ficando vedado que os documentos, as informações e as peças neles constantes contenham informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste:

8.4.2. Quesito II - Capacidade de Atendimento: A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

- a)** declarações ou atestados fornecidos por, no mínimo, 2 (dois) clientes, pessoas jurídicas de direito público ou privado, que tenham sido atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um dos clientes, bem como o tipo de serviço executado, assinado pelo representante legal da empresa contratante (cliente), admitida a assinatura por certificação digital;
- b)** quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência) dos profissionais que serão colocados à disposição para a execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c)** infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;
- d)** Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

e) Descrição das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Governo Municipal de Parauapebas sem ônus adicional, na vigência do contrato.

8.4.3. Os documentos e informações, que compõem o caderno específico mencionado no subitem 8.4.1. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE na forma de seus atos constitutivos.

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

8.4.5. Quesito III - Repertório: O repertório será constituído de peças e/ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela LICITANTE, agrupados em caderno específico.

8.4.5.1. O repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

8.4.5.2. Entende-se por repertório para fins desta licitação:

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

8.4.5.3. A licitante deverá apresentar, no mínimo, 3 (três) peças e/ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, sendo um de cada mídia (TV, internet, impresso), observado o seguinte:

I. a peça eletrônica deverá ser fornecida em pendrive ou HD externo, executável em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria;

II. as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).

a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

III. as peças e/ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA seja ou tenha sido signatária;

IV. formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas, sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas, na última, por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos;

V. edição em papel A4, de 75 ou 90 gr., preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

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

8.4.5.5. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 8.4.5.3., 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 no subitem 8.5.5.2.

8.4.6. Quesito IV - Relato de Solução de problema de comunicação: 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.

8.4.6.1. Entende-se por Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para fins desta licitação:

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

8.4.6.2. 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, a solução de comunicação encontrada, o qual deverá:

- a)** ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b)** contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c)** estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

8.4.6.3. A validação 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.

8.4.6.4. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, as quais poderão ser apresentadas em formato digital (pendrive ou HD externo), e não entrarão no cômputo do número de página de que trata o subitem 8.4.6.2.

8.4.6.5. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

8.4.6.6. para cada peça e/ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema a que se propôs resolver.

8.5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

8.5.1. O critério de julgamento para a classificação das LICITANTES será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e da Lei 14.133/21.

8.5.2. As Propostas Técnicas apresentadas pelos licitantes serão analisadas pela Subcomissão Técnica prevista no item 9, a qual verificará o atendimento das condições previstas neste TR e seus anexos.

8.5.3. Serão adotados como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesitos e subquesitos:

8.5.4. QUESITO 1 - Plano de Comunicação Publicitária – pontuação máxima de 65 (sessenta e cinco) pontos, assim divididos:

8.5.4.1. Subquesito Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão (pontuação máxima 10 pontos)

- a)** das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Parauapebas nos contextos social, político e econômico (1,5 ponto);
- b)** da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Parauapebas com seus públicos (1,5 ponto);
- c)** das características da Prefeitura Municipal de Parauapebas e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (1,5 ponto);
- d)** sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (1,5 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 pontos);
- f)** das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s) (2 pontos);

8.5.4.2. Subquesito Estratégia de Comunicação Publicitária - (pontuação máxima 15 pontos)

- a)** a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura e ao desafio 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 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);



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (2 pontos);
- f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível (3 pontos).

8.5.4.3. Subquesito Ideia Criativa - (pontuação máxima 30 pontos)

- a) adequação ao desafio de comunicação da Prefeitura Municipal de Parauapebas (3 pontos);
- b) adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (2 pontos);
- c) adequação ao universo cultural do público-alvo (2 pontos);
- d) 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 ensejam, 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 nos materiais aos meios e aos públicos propostos (4 pontos).

8.5.4.4. Subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia (pontuação máxima 10 pontos)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público-alvo (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 dos materiais (2 pontos);
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa (2 pontos).

8.5.5. QUESITO 2 - Capacidade de Atendimento (pontuação máxima 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 (3 pontos);
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (1 ponto);



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura 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, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (3 pontos).

8.5.6. QUESITO 3 – Repertório (pontuação máxima 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).

8.5.7. QUESITO 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima 5 pontos)

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

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

8.5.9. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos neste TR.

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

Nº	QUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1	Plano de Comunicação Publicitária	
	Subquesito a) Raciocínio Básico	10
	Subquesito b) Estratégia de Comunicação Publicitária	15
	Subquesito c) Ideia Criativa	30
	Subquesito d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2	Capacidade de Atendimento	15
3	Repertório	15
4	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	5
PONTUAÇÃO TOTAL		100



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

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

8.5.12. 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 TR.

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

8.5.12.2. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

8.5.14. Será desclassificada a Proposta TÉCNICA que:

- a)** não atender às exigências do Edital 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.

8.5.15. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas agências a serem contratadas, licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

8.5.16. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista segunda chamada da reunião de licitação ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

8.5.17. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as LICITANTES mais bem classificadas na Proposta Técnica.

8.6. ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.6.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada conforme Modelo de Proposta de Preços constante do **anexo II**, e apresentada em arquivo único, de modo que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

- a)** Percentual de DESCONTO sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará – SINAPRO-PA;
- b)** Percentual de 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;
- 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 licitante 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.

8.6.3. Na elaboração da proposta deverá ser informado o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, e ainda observar o que se segue:

I. Honorários incidentes sobre serviços de produção realizados por terceiros:

- a)** quando houver intermediação e supervisão da agência: percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo de 15% (quinze por cento) sobre o custo efetivo;
- b)** quando se limitar à mera contratação ou pagamento (sem supervisão técnica): percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo de 10% (dez por cento) sobre o custo efetivo;

II. Descontos sobre os custos internos, baseados na Tabela de Custos Internos do **SINAPRO/PA**, não será aceito desconto superior a 50% (cinquenta por cento);

III. Em caso de divergência entre o percentual expresso em algarismos e o por extenso, prevalecerá o percentual por extenso;

IV. O percentual de honorários e o desconto proposto serão de exclusiva responsabilidade da LICITANTE, não cabendo alegação futura de erro, omissão ou qualquer outro pretexto para alteração durante a vigência do contrato;

V. Os percentuais deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas e etc.);

VI. Os honorários propostos deverão observar o item 8.7.4;

VII. A Proposta de Preço deverá conter declaração da LICITANTE, compreendendo-se a:

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;



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

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) envidar esforços para obter melhores condições nas negociações com fornecedores e veículos, transferindo à Prefeitura Municipal de Parauapebas as vantagens obtidas;

c) estar ciente das condições alusivas à direitos autorais previstos no edital e seus anexos.

8.6.4. Todas as especificações do objeto contidas na proposta vinculam à contratada.

8.6.5. O prazo de validade da proposta não será inferior a **90 (noventa) dias**, a contar da data de sua apresentação.

8.7. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

8.7.1. Na sessão pública designada pelo(a) Agente de Contratação serão abertos os Invólucros nº 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pelo Agente e seus respectivos membros de apoio e pelos representantes das Licitantes presentes à sessão, ou por comissão de até três pessoas que representem as LICITANTES, por escolha das agências participantes presentes à sessão.

8.7.2. 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.

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

8.7.4. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da constante do **anexo II**, observando-se que:

a) O percentual de honorários deverá ser igual ou superior a 10% (dez por cento) e igual ou 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 igual ou superior a 5% (cinco por cento) e igual ou 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.

8.7.4.1. Nos termos do art. 36 da Lei nº 14.133/2021, não será aceito desconto superior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na Tabela de Custos Internos do **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará – SINAPRO/PA**, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

Os percentuais de desconto e de honorários informados na proposta permanecerão inalterados durante toda a vigência contratual, incluindo eventuais prorrogações.

8.7.5. O Agente de Contratação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

Desconto/Honorários	NC
a) Percentual de DESCONTO sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará – SINAPRO-PA	$P1 = 0,7 \times \text{desconto}$
b) Percentual de 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 licitante 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.	$P3 = 6,0 \times (10 - \text{honorários})$

8.7.5.1. 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 ‘%’.

8.7.5.2. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 8.7.5, como segue:

$$P = P1 + P2 + P3.$$

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

8.7.6. 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;



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

- 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.

8.8. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

8.8.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta licitação será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/21.

8.8.2. 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%).

8.8.3. Se após a apuração das notas houver empate(s) que impeça(m) a identificação automática das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas, será(ão) classificada(s) a(s) agência(s) que obtiver(em) a(s) maior(es) pontuação(ões), sucessivamente nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

8.8.3.1. Se, após adotada a regra do item 8.10.3.1, persistir(em) o(s) empate(s), o desempate seguirá o previsto no art. 60, da Lei 14.133/2021 e, sucessivamente, se necessário, será feito por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pelo Agente de Contratação, cuja data será divulgada conforme previsto em Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

8.8.4. O Agente de Contratação poderá negociar condições mais vantajosas com os proponentes que ofertaram as melhores propostas.

8.8.5. Será convocado o licitante subsequente, respeitado o ordenamento prévio, quando o licitante anterior for desclassificado ou inabilitado.

8.9. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

8.9.1. Os Documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, nos termos dos art. 6º, inciso I, e art. 11§ 4º, inciso XI, da Lei 12.232/2010.

8.9.2. Os Documentos de Habilidade deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5 Documentos de Habilidade

Nome empresarial e

CNPJ da licitante

Concorrência nº XX / 2025GABIN

8.9.3. O Invólucro nº 5 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.

8.10. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

8.10.1. Os Documentos de Habilidade deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - Em via original; ou

II - Sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado.

8.10.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

8.10.3. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

8.10.3.1. A habilitação das licitantes será verificada por meio do SICAF, Nível I ao VI do Cadastro de Pessoa Jurídica, e da documentação especificada no edital.

8.10.4. Da Habilidade Jurídica

a) 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; cédula de identidade (cópia) dos responsáveis legais da licitante;

b) registro comercial, em caso de empresa individual;

c) os documentos apresentados 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 licitação;

d) o ato constitutivo deverá estar devidamente registrados, na junta comercial.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

8.10.4.1. Para fins de habilitação jurídica, o Agente de Contratação verificará a compatibilidade entre o objeto do certame e as atividades previstas como “objeto social” no ato constitutivo das licitantes, conforme natureza da pessoa jurídica.

8.10.5. Regularidade fiscal e trabalhista

- a)** Comprovante de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);
- b)** 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 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 Habilidade, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos em lei;
- f)** Prova de Inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.

8.10.5.1. 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.

8.10.6. Da Capacidade técnica

8.10.6.1. Apresentar Atestado(s) de Capacidade Técnica expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando que a licitante executou ou está executando serviços compatíveis ao objeto deste processo licitatório.

8.10.6.1.1. O(s) atestado(s) deverá(ão) possuir informações para qualificar a prestação de serviços, objeto deste T.R., bem como possibilitar à Equipe de Licitação da Prefeitura Municipal de Parauapebas possa confirmar sua veracidade junto ao(s) emissor(es) do(s) atestado(s).

8.10.6.1.2. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.

8.10.6.2. O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos.

8.10.6.3. E ainda:



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

- a)** Certificado de Qualificação Técnica, atualizado, fornecido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP (art. 4º, § 1º, da Lei 12.232/2010).
- b)** Registro ou inscrição da empresa na entidade profissional competente (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará – SINAPRO).

8.10.7. Da qualificação econômico-financeira

8.10.7.1. Balanço patrimonial e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios social, já exigíveis e apresentados na forma da lei ou de regulamentação da Receita Federal do Brasil em caso de escrituração contábil digital, extraídos do Livro Diário, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprovem a boa situação financeira da empresa, mediante os seguintes critérios, cumulativamente:

8.10.7.2. Todos os seguintes índices contábeis maiores que 1 (um):

- Liquidez Geral (LG) = $(\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante})$;
- Solvência Geral (SG) = $(\text{Ativo Total}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo não Circulante})$; e
- Liquidez Corrente (LC) = $(\text{Ativo Circulante}) / (\text{Passivo Circulante})$.

8.10.7.3. Capital Circulante Líquido – CCL ou Capital de Giro (Ativo Circulante – Passivo Circulante) no valor mínimo de 16,66% (dezesseis inteiros e sessenta e seis centésimos por cento) do valor total da proposta, tendo por base o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios social.

8.10.7.3.1. Patrimônio Líquido - PL mínimo de 10% (dez por cento) do valor total da proposta, devendo a comprovação ser feita através do balanço.

8.10.7.4. Declaração, que contenha *Relação de Compromissos Assumidos*, demonstrando que 1/12 (um doze avos) do valor total dos contratos firmados com a Administração Pública e/ou com a iniciativa privada, vigentes na data de abertura do certame, excluídas parcelas já executadas, não é superior a 100% (cem por cento) do patrimônio líquido.

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

8.10.7.6. Com o objetivo de demonstrar a veracidade das informações prestadas em atendimento ao estabelecido neste TR, a licitante deverá apresentar a Demonstração de Resultado do Exercício (DRE) referente aos 2 (dois) últimos exercícios social, já exigível e apresentado na forma da lei ou de regulamentação da Receita Federal do Brasil em caso de escrituração contábil digital.

8.10.7.7. Caso seja detectada divergência no valor total dos contratos firmados na declaração de que trata a alínea este TR, correspondente a uma variação de 10% (dez por cento), para mais ou para menos, em relação à receita bruta discriminada na Demonstração de Resultado do Exercício



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

(DRE), a licitante deverá apresentar os devidos esclarecimentos, a serem apreciados pela Equipe de Apoio com formação na área contábil.

8.10.7.8. Dos documentos, cópia 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.

8.10.7.9. Certidão Negativa de Falência e Recuperação Judicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica. Será admitida que a empresa em recuperação judicial participe do certame, desde que apresente certidão emitida pela instância judicial competente afirmando que a interessada está apta economicamente e financeiramente a participar de processo licitatório, nos termos previstos no Acórdão 1697/2023-Plenário.

8.10.7.10. **A documentação constante no SICAF poderá ser considerada para fins de comprovação da documentação exigida neste item 8.10.7. do TR (balanço patrimonial e Demonstração de Resultado do Exercício).**

8.10.8. Análise dos documentos de habilitação

8.10.8.1. O Agente de Contratação analisará os Documentos de Habilidade e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste TR e em seus anexos.

9. AGENTE DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.1. O certame será processado e julgado pelo Agente de contratação, nos termos das Leis Federal 14.133/21 e 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

9.2. 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.

9.3. A seleção dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á através de sessão pública efetivada através de Chamamento Público, no qual deverá no mínimo, habilitar-se no processo, 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.

9.3.1. Pela execução dos serviços, os profissionais selecionados, que não possuam vínculo com a Administração Pública de Parauapebas, receberão a remuneração previamente estabelecida, a ser paga por tarefa, cuja unidade de medida será a proposta técnica analisada, conforme previsto no edital de chamamento público.

9.4. Caberá ao Agente de Contratação

a) Gerenciar o processo licitatório, como publicação do edital, recebimento das propostas, análise da documentação de habilitação e condução dos trâmites formais.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

- b)** Garantir que as regras da licitação sejam cumpridas, incluindo a exigência de proposta técnica não identificada.
- c)** Seguir os princípios da isonomia, imparcialidade e transparência.
- d)** Cabe ainda ao Agente de Contratação garantir que o processo de julgamento da proposta técnica seja isento e sigiloso, conforme exigido pela Lei nº 12.232/2010.

9.5. Caberá à Subcomissão Técnica

- a)** analisar individualmente e julgar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste edital;
- b)** elaborar e encaminhar ao Agente de Contratação os documentos relativos ao julgamento da proposta técnica, compreendidos pela ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, planilha com as pontuações dos quesitos e justificativa escrita das razões que as fundamentaram;
- c)** manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pelo(a) Agente de Contratação.

10. GARANTIA

10.1. 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. 96, § 1º, da Lei 14.133/2021, à escolha da licitante vencedora:

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

10.2. 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 art. 100 da Lei nº 14.133/2021.

10.3. 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.

10.4. 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;



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

- 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.

10.5. 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.

10.6. 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.

10.7. 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.

11. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES APLICÁVEIS AOS LICITANTES

- a) Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa;
- b) deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo/a pregoeiro/a durante o certame;
- c) Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando;
- d) não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;
- e) recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;
- f) pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou
- g) deixar de apresentar amostra;
- h) apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;
- i) não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- j) recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;
- k) apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;
- l) fraudar a licitação;
- m) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando;
- n) agir em conluio ou em desconformidade com a lei;
- o) induzir deliberadamente a erro no julgamento;



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

- p) apresentar amostra falsificada ou deteriorada;
- q) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- r) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

11.1. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

- a) multa;
- b) impedimento de licitar e contratar e
- c) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

11.1.1. Na aplicação das sanções serão considerados;

11.1.2. A natureza e a gravidade da infração cometida;

11.1.3. As peculiaridades do caso concreto;

11.1.4. As circunstâncias agravantes ou atenuantes;

11.1.5. Os danos que dela provierem para a Administração Pública.

11.2. A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

11.2.1. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, a contar da comunicação oficial.

11.2.2. Para as infrações previstas nos itens, b), d) e i) , a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

11.2.3. Para as infrações previstas nos itens, k), l), m), q) e r) , a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

11.2.4. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

11.3. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens b), c) e i) , quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

11.4. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens k), l), m), q) e r), bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens b), d) e i) que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.

11.5. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item i), caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do art. 45, §4º da IN SEGES/ME n.º 73, de 2022.

11.6. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

11.7. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

11.8. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

11.9. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

11.10. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

12. DIREITOS AUTORAIS

12.1. A CONTRATADA cede a CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

12.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas neste Termo de Referência.



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

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

12.2. 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.

12.3. 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:

12.3.1. 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.

13. DA PROTEÇÃO E INFORMAÇÃO DE DADOS – LGPD

13.1. A CONTRATADA obriga-se ao dever de proteção, confidencialidade e sigilo de toda informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenham acesso, inclusive em razão do fornecimento ou da operação dos programas/sistemas, nos termos da Lei nº 13.709/2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, determinação de órgãos reguladores e/ou fiscalizadores, durante o cumprimento do objeto descrito no presente TR e posterior Contrato.

13.2. Tanto a CONTRATANTE COMO A CONTRATADA deverão fornecer e solicitar umas às outras apenas os dados estritamente necessários ao cumprimento do presente, devendo ser realizado o tratamento adequado das informações a que tiver acesso.

13.3. Os dados pessoais aos quais a CONTRATADA tiver acesso em razão da execução do contrato não poderão ser revelados ou compartilhados com terceiros, seja mediante a distribuição de cópias, resumos, compilações, extratos, análises, estudos, encaminhamentos ou outros meios que reflitam as referidas informações, ressalvados os casos em que houver prévia autorização por escrito da Prefeitura Municipal de Parauapebas.

13.4. A CONTRATANTE e a CONTRATADA deverão implementar e manter medidas técnicas/administrativas suficientes para garantir a segurança, a proteção, a confidencialidade, o sigilo de toda informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenham acesso, evitando os acessos não autorizados, acidentes, vazamento acidentais ou ilícitos que causem destruição, perdas, alterações, comunicação ou qualquer outra forma de tratamento não autorizado.

13.5. A CONTRATANTE e a CONTRATADA deverão manter sigilo sobre os dados pessoais de empregados, colaboradores, servidores ou qualquer pessoa física aos quais eventualmente tenham acesso, respeitando todos os protocolos exigidos pela Lei Federal nº 13.709/2018, bem



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

como legislação complementar e orientações emitidas pelas ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados).

13.6. A CONTRATANTE e a CONTRATADA cooperarão entre si no cumprimento das obrigações referentes ao exercício dos direitos dos titulares previstos na LGPD e demais normas de proteção de dados, bem como no atendimento de requisições e determinações do Poder Judiciário, Ministério Público e órgãos de controle administrativo, naquilo que couber.

13.7. A CONTRATANTE e a CONTRATADA notificarão formalmente umas às outras, e imediatamente, a respeito de qualquer ocorrência relativa a eventual descumprimento das disposições relativas à proteção de dados pessoais que tenham relação com o objeto do presente contrato, promovendo todas as ações necessárias à solução dos problemas que venham ser causados por seus empregados e/ou colaboradores.

13.8. Considera-se ocorrência qualquer incidente que implique em violação ou risco de violação de dados pessoais, relativo a acesso, coleta, armazenamento, tratamento, compartilhamento e eliminação de dados, que possa gerar eventuais prejuízos aos titulares e/ou questionamento das autoridades competentes.

13.9. Eventuais responsabilidades da CONTRATANTE e da CONTRATADA serão apuradas conforme estabelecido neste TR e também de acordo com o que dispõe a legislação aplicável, observado o contraditório e a ampla defesa.

13.10. Em caso de ocorrência de prejuízo aos titulares de dados e/ou às partes decorrentes da nãoobservância nas normas constantes neste termo, a parte que der causa ao prejuízo se obriga a indenizar a outra pelos danos sofridos, sejam eles de natureza patrimonial ou extrapatrimonial, sem prejuízo das sanções penais cabíveis, respeitando o contraditório e ampla defesa.

13.11. O dever de sigilo e confidencialidade, e as demais obrigações descritas neste TR, permanecerão em mesmo vigor após a extinção das relações contratuais/editalícias.

14. DO VALOR ESTIMADO

14.1. O valor estimado é de **R\$ 20.614.000,00** (vinte milhões, seiscentos e quatorze mil reais) para os **primeiros** 12 meses.

14.2. Foram realizadas pesquisas em bases oficiais como o Tribunal de Contas dos Municípios do Pará (TCM-PA), Tribunal de Contas do Estado do Pará (TCE-PA), e Plataforma Nacional de Contratações Públicas (PNCP). No entanto, não foram encontrados contratos com escopo, volume de ações e contexto de comunicação institucional compatíveis com a realidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, o que inviabilizou a consolidação de uma média comparativa de preços.

14.3. Dessa forma, optou-se por utilizar como parâmetro exclusivo o valor da última contratação realizada pela a Prefeitura Municipal de Parauapebas, mediante ao processo licitatório, concorrência (**3/2021-001GABIN**), que resultou na contratação de duas agências de publicidade, prestadoras desses serviços (**Contratos nº. 20230255 e 20230273**), no valor de **R\$**



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

19.635.000,00, (dezenove milhões e seiscentos e trinta e cinco mil reais). Anexo IV cronograma físico financeiro da execução.

14.4. Desta feita, em contratações dessa natureza, assume especial importância a **definição da dotação orçamentária e financeira disponível**, conforme a previsão de recursos constante da **Lei Orçamentária Anual (LOA) de 2025** destinada à **Assessoria de Comunicação**, a qual assegura a viabilidade financeira da contratação pretendida.

15. DA ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

15.1. As despesas com a prestação de serviços de que trata o objeto, após a formalização do contrato, estarão a cargo da dotação orçamentária do Exercício em curso.

15.2. O valor para atender os primeiros 12 meses da contratação será de **R\$ 20.614.000,00** (vinte milhões, seiscentos e quatorze mil reais).

15.3. As despesas para o exercício subsequente, quando for o caso, serão alocadas à dotação orçamentária prevista para atendimento dessa finalidade, a ser consignada a Assessoria de Comunicação, pela Lei Orçamentária Anual.

15.4. A contratação será atendida pela dotação: Exercício 2025, conforme indicação orçamentária a ser expedida pelo setor responsável.

16. POSSIBILIDADE DE PARTICIPAÇÃO EM CONSÓRCIO

16.1. Nos termos do art. 15 da Lei nº 14.133/2021, a participação de pessoas jurídicas em consórcio em procedimentos licitatórios pode ser vedada, desde que a restrição esteja devidamente motivada no processo administrativo. A jurisprudência do Tribunal de Contas da União (TCU) (v.g., Acórdãos 1.636/2006-Plenário, 566/2006-Plenário e 2.869/2012-Plenário) reconhece a discricionariedade técnica da Administração para admitir ou vedar consórcios, desde que preservados os princípios da motivação, isonomia, competitividade, eficiência e economicidade.

16.2. Para o presente certame, a participação de consórcios fica expressamente vedada, pelas razões a seguir, relacionadas às **peculiaridades da contratação de serviços de publicidade por intermédio de agências de propaganda (Lei nº 12.232/2010)**, pelos seguintes fundamentos:

I - serão contratadas até **02 (duas) agências**, que **concorrerão internamente**, em cada demanda durante a execução, mecanismo que **assegura competitividade e pluralidade de soluções** sem necessidade de agrupamento empresarial, tornando **desnecessária** a formação de consórcios;
II – a constituição de consórcios acarretaria aumento de **complexidade operacional, contratuais e financeiras**, aos **fluxos de pagamento e à gestão de comissionamentos**, com potencial reflexo negativo na **celeridade e na economicidade**;

III – atividade publicitária observa **regramento setorial próprio (Lei nº 4.680/1965, Decreto nº 57.690/1966 e Normas-Padrão do CENP)**, que **pressupõe relação direta entre a agência contratada e a Administração**, com **unidade de responsabilidade** na criação, intermediação.



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

IV - a vedação não restringe indevidamente a competitividade do certame, havendo **ampla oferta de agências** com capacidade técnica individual **suficiente** para atender ao objeto; ademais, a **contratação simultânea de duas agências** preserva a **disputa de mérito** na fase executória, por meio de concorrência interna por demanda.

16.3. Diante disso, e com fundamento no art. 15 da Lei nº 14.133/2021, na Lei nº 12.232/2010 e no marco regulatório setorial aplicável, mantém-se a vedação à participação de consórcios no presente certame, por razões de adequação técnica, eficiência administrativa, economicidade e unidade de responsabilidade, devidamente motivada e instruída nos autos.

17. JUSTIFICATIVA DA MODALIDADE PRESENCIAL

17.1. De acordo com o disposto na Lei nº 14.133/2021, a regra geral para a realização de licitações é o formato eletrônico.

17.2. No entanto, conforme previsto na própria legislação, excepcionalmente, admite-se a adoção do formato presencial, desde que devidamente justificada por circunstâncias que o exijam. No presente caso, a licitação em questão refere-se à contratação de serviços de publicidade, regulamentados pela Lei nº 12.232/2010. Essa norma impõe requisitos específicos relacionados ao **sigilo das propostas**, sendo um de seus princípios fundamentais a anonimização das campanhas publicitárias apresentadas pelas agências concorrentes.

17.3. O artigo 6º, inciso II, da referida lei exige a apresentação de um briefing, documento técnico que orienta a criação das campanhas e garante a equidade e a imparcialidade na avaliação das propostas. Atualmente, as plataformas eletrônicas disponíveis no Brasil não oferecem mecanismos eficazes para assegurar o sigilo absoluto das propostas de campanhas publicitárias, o que pode comprometer a exigência de anonimato e a lisura do certame. No formato eletrônico, há riscos inerentes à rastreabilidade digital das informações, o que pode afetar o princípio da isonomia entre os licitantes.

17.4. Por outro lado, a realização da licitação no formato presencial permite maior controle sobre o sigilo das propostas, assegurando que a identificação dos proponentes permaneça oculta até a fase apropriada do certame. Esse formato possibilita que as campanhas sejam analisadas exclusivamente com base em seus méritos técnicos e criativos, sem influência de qualquer fator externo relacionado à identidade dos participantes.

17.5. Em observância ao art. 17 da Lei nº 14.133/2021, as **sessões públicas** serão **registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo**, com juntada integral aos autos do processo depois de seu encerramento.

17.6. Dessa forma, resta motivada a adoção da **modalidade presencial** para o presente certame, como medida **necessária e proporcional** para garantir o **sigilo das propostas**, a **lisura do procedimento** e a **conformidade integral** com a **Lei nº 12.232/2010**, sem prejuízo da **transparência** e da **competitividade** previstas na **Lei nº 14.133/2021**.

18. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E GERAIS



**ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
GABINETE DO CHEFE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

18.1. O fornecedor fica obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões que se fizerem na execução do objeto deste Termo de Referência até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor do seu respectivo contrato atualizado;

18.2. A homologação do resultado desta licitação não implicará direito a contratação;

18.3. Não Será permitida participação de empresas que estejam reunidas em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição, inclusive controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;

18.4. Os proponentes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação;

18.5. Aos casos omissos, aplicar-se-ão as demais disposições constantes da legislação vigente;

18.6. Para efeito de eficácia do Termo de Contrato, deverá ser publicado no Diário Oficial e no PNCP – Portal Nacional de Contratações Públicas, nos prazos legais previstos conforme pressentiam os art. 72 e 94 da Lei nº 14.133/2021, contado da assinatura do instrumento contratual.

18.7. O foro para dirimir questões relativas ao presente Termo de Referência será o Foro do Município de Parauapebas-PA, com exclusão de qualquer outro.

19. Anexos:

19.1. Anexo I – Briefing

19.2. Anexo II – Modelo de Proposta de Preço Sujeitos à Valoração

19.3. Anexo III – Tabela SINAPRO/PA

19.4. Anexo IV – Tabela Previsão de Demanda

19.5. Anexo V – Calendário anual 2025

Parauapebas-PA, 02 de setembro de 2025.

Ozeias de Jesus Pereira

Planejamento de Contratação da Ascom
Portaria 005/2025-Ascom

Bariloche Teixeira da Silva Oliveira

Assessor de Comunicação
Dec. 044/2025

AUTORIZADO:

Assinado de forma
JOELMA DE MOURA digital por JOELMA
LEITE:82895015368 DE MOURA
LEITE:82895015368

Joelma de Moura Leite

Chefe de Gabinete
Dec. 002/2025



ANEXO I.A

PLANILHA DE FORMAÇÃO DE PREÇOS

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)
Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))
E-mail: (licitacaomp.clc@gmail.com)
E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



ANEXO I.a – PLANILHA DE FORMAÇÃO DE PREÇOS

Nº ITEM	DESCRIÇÃO	QUANT	UNIDADE	CUSTO UNITÁRIO
1	EMPRESA 1 -serviços de publicidade prestados por intermédio de até 02 (duas) agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e a distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará	1	serviço	10.307.000,00
2	EMPRESA 2- serviços de publicidade prestados por intermédio de até 02 (duas) agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por finalidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução e a distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará	1	serviço	10.307.000,00
Valor total		R\$ 20.614.000,00		



ANEXO II

BRIEFING

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)
Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))
E-mail: (licitacaomp.clc@gmail.com)
E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

ANEXO II
BRIEFING

JOB

(gerar número) **COP 30 no Pará em 2025 e o reflexo esperado em Parauapebas**

Cliente: **Prefeitura Municipal de Parauapebas**

Prazo de execução: **60 dias**

1. MUNICÍPIO DE PARAUAPEBAS

Parauapebas, município estratégico no sudeste do Pará, representa um caso paradigmático de desenvolvimento regional, onde a exuberância da Amazônia coexiste com a maior província mineral do planeta. Nascida em 1988 a partir do Projeto Ferro Carajás - operado pela Vale S.A. com produção anual de 109,2 milhões de toneladas de minério (2023) -, a cidade transformou-se em um dos polos econômicos mais dinâmicos da região Norte, apresentando um PIB per capita de R\$ 74.256,31 (IBGE, 2021). Contudo, este crescimento acelerado - com taxa média de 4,3% ao ano entre 1991-2022 - trouxe consigo desafios complexos: de um lado, a pressão urbana decorrente do fluxo migratório (que elevou a população de 49.161 para 213.576 habitantes em 31 anos); de outro, a necessidade premente de conciliar atividade minerária com a preservação de ecossistemas sensíveis, como a Floresta Nacional de Carajás, uma das áreas de maior biodiversidade do bioma amazônico. Além dos problemas urbanos como saneamento básico, urbanismo e o engajamento comunitário com as causas ambientais.

2. CRESCIMENTO ECONÔMICO E DESAFIOS URBANOS E AMBIENTAIS DE PARAUAPEBAS

Parauapebas, impulsionada pela mineração e com um PIB per capita superior a R\$ 100 mil, é um polo de desenvolvimento na Amazônia. No entanto, seu crescimento acelerado trouxe graves problemas urbanos e ambientais. O saneamento básico é insuficiente, com parte da população sem acesso a rede de esgoto adequada, levando



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

à contaminação de rios e igarapés. A demanda por água potável pressiona os mananciais, especialmente na seca, enquanto a mineração e a expansão urbana desordenada agravam o assoreamento e a degradação hídrica.

O trânsito caótico reflete a falta de planejamento e educação viária. O aumento da frota de veículos, somado à pouca fiscalização e sinalização, resulta em congestionamentos e acidentes frequentes. Além disso, embora o município tenha avançado em políticas ambientais como programas de reciclagem e recuperação de áreas degradadas a população ainda não adotou plenamente práticas sustentáveis. O descarte incorreto de lixo e o baixo engajamento na coleta seletiva mostram que a conscientização ambiental precisa ser ampliada.

Parauapebas vive, assim, o paradoxo de ser uma cidade rica, mas com desafios urgentes em infraestrutura, gestão urbana e participação cidadã. Para um desenvolvimento verdadeiramente sustentável, é essencial melhorar o saneamento, ordenar a expansão urbana, investir em educação ambiental e no trânsito e promover uma mudança cultural em relação ao meio ambiente. O potencial existe, mas requer ação integrada entre poder público, empresas e sociedade.

3. DA POLÍTICA AMBIENTAL DE PARAUAPEBAS

A Secretaria Municipal de Meio Ambiente – SEMMA é um órgão da administração direta e representante do Sistema Nacional de Meio Ambiente – SISNAMA. Tem como finalidade definir e gerir a política municipal de meio ambiente, tendo em vista não comprometer as funções sócio-ambientais e proteger os ecossistemas no espaço territorial municipal, buscando sua conservação e, quando degradadas, sua recuperação. A lei 6938/81 (política nacional de meio ambiente), em seu artigo 6º, afirma: “art. 6º – Os ÓRGÃOS e ENTIDADES da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Territórios e dos MUNICÍPIOS, bem como as FUNDAÇÕES instituídas pelo poder público, responsáveis pela proteção e melhoria da qualidade ambiental, constituirão o Sistema Nacional do Meio Ambiente.

4. A EDUCAÇÃO AMBIENTAL COMO ALICERCE ESTRATÉGICO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE PARAUAPEBAS



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

No contexto singular de Parauapebas, onde a atividade mineral convive com um dos ecossistemas mais biodiversos do planeta, a educação ambiental se consolida como elemento fundamental para um desenvolvimento verdadeiramente sustentável. Mais do que uma política setorial, configura-se como instrumento transformador essencial para harmonizar o crescimento econômico com as diretrizes nacionais de sustentabilidade, conforme estabelecido pela Política Nacional de Educação Ambiental (Lei nº 9.795/1999) e pelo Programa Nacional de Educação Ambiental (ProNEA).

Sua implementação eficaz reflete-se em cinco dimensões estratégicas:

1. Mediação do conflito entre mineração e conservação ambiental
2. Combate aos problemas urbanos por meio de soluções locais sustentáveis
3. Proteção estrutural dos recursos hídricos
4. Fortalecimento da participação social nas políticas ambientais
5. Geração de renda a partir do uso sustentável da biodiversidade.

A educação ambiental vem como eixo central para a construção de um modelo de desenvolvimento que preserve Parauapebas enquanto promove a qualidade de vida de sua população e a competitividade de sua economia.

5. COP 30 NO PARÁ EM 2025 E O REFLEXO ESPERADO EM PARAUAPEBAS

COP30 no Pará em 2025 Será um reflexo para Parauapebas e um papel estratégico para Educação Ambiental. A Conferência das Partes (COP) é o maior evento global para discussão e negociações sobre as mudanças climáticas. O encontro é realizado anualmente, e a presidência se alterna entre as cinco regiões reconhecidas pela ONU.

O Brasil sediará a 30ª Conferência das Partes (COP30), que acontecerá em Belém, no Pará. A cidade escolhida oferecerá ao mundo uma plataforma única para debater soluções para as mudanças climáticas, com os pés fincados no coração da Amazônia.

A realização da Conferência colocará o estado no centro do debate global sobre desenvolvimento sustentável e conservação da Amazônia. Para Parauapebas, município que simboliza o paradoxo entre riqueza mineral e pressão ambiental, esse evento representa uma oportunidade única de reposicionamento estratégico, com a educação ambiental como ferramenta fundamental para transformar desafios em



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

soluções. Como país anfitrião, o Brasil está comprometido em fortalecer o multilateralismo e na busca por consensos nas metas globais para a redução da emissão de gases que promovem o aquecimento do planeta.

É uma ótima oportunidade para Parauapebas chamar a população para a reflexão, mostrando que todos devem fazer sua parte na preservação do meio ambiente. Além disso, a cidade pode apresentar, até novembro, resultados positivos de uma campanha de conscientização e sensibilização sobre as mudanças climáticas e os problemas ambientais, por meio de uma gestão eficiente e de ações objetivas.

6. PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Embora Parauapebas conte com políticas ambientais estabelecidas, ainda persiste um descompasso entre as ações do poder público e o envolvimento da população. Esse desequilíbrio evidencia um problema de comunicação que compromete a efetividade das iniciativas ambientais no município. A mensagem sobre sustentabilidade, coleta seletiva e preservação dos recursos naturais ainda não alcança a população de forma clara, acessível e mobilizadora. Falta sensibilização, e a linguagem usada nas campanhas tende a ser excessivamente institucional, distante da realidade cotidiana das pessoas, o que dificulta a identificação e o engajamento. Além disso, há uma carência na visibilidade dos resultados das ações públicas, o que gera desconfiança e apatia por parte da sociedade. Outro fator relevante é a falta de objetividade e clareza nas informações transmitidas; as mensagens muitas vezes não indicam de forma direta o que fazer, como agir e por que é importante. Soma-se a isso a pouca diversidade nos meios de comunicação utilizados, com baixo aproveitamento de mídias digitais, conteúdos interativos e campanhas criativas que dialoguem especialmente com o público jovem.

A ausência de continuidade nas ações e a desconexão com eventos estratégicos, como a COP30 que será sediada no Pará, também enfraquecem o potencial transformador das campanhas ambientais. Parauapebas, enquanto município de grande relevância na Amazônia e símbolo do paradoxo entre desenvolvimento e conservação, precisa de uma comunicação ambiental mais simples, objetiva, emocionalmente envolvente e



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

capaz de traduzir o discurso institucional em atitudes práticas e cotidianas, conectando o cenário local com os compromissos globais de sustentabilidade.

A comunicação precisa ser mais eficaz, adaptada à realidade local, e utilizar canais próximos da população para promover mudanças de comportamento.

7. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

- Facilitar o acesso da população a informações educativas sobre boas práticas ambientais, especialmente em locais de grande circulação, promovendo a conscientização de forma direta e cotidiana.
- Utilizar peças de comunicação impactantes, criativas e acessíveis, que estimulem o engajamento da população por meio de uma linguagem clara, emocional e próxima da realidade local.
- Incentivar atitudes sustentáveis com base em ações simples e práticas, mostrando que todos podem contribuir para a preservação ambiental no seu dia a dia.
- Evidenciar os benefícios das boas práticas ambientais na qualidade de vida da população, reforçando a relação entre sustentabilidade e bem-estar coletivo.
- Promover o protagonismo do cidadão nas ações ambientais, valorizando sua participação ativa e contínua nas transformações do município.
- Estabelecer conexão entre os desafios locais e o debate global sobre mudanças climáticas, aproveitando a COP30 como oportunidade para posicionar Parauapebas como referência em sustentabilidade na Amazônia.

8. TIPO DE CAMPANHA

Campanha de grande complexidade com uma pegada: Educativa/ Informativa/ conscientização e sensibilização.

9. CONCEITO DE COMUNICAÇÃO/ESTILO CRIATIVO

O conceito dessa campanha deve ser desenvolvido pelas agências licitantes baseado nas informações deste briefing envolvendo o evento da COP30.

10. PÚBLICO-ALVO

População de Parauapebas. Cerca de 300 mil habitantes.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

11. ABRANGÊNCIA DA CAMPANHA

Municipal e regional.

12. VERBA

A campanha deverá ser realizada levando em consideração um orçamento total de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais). As proponentes deverão utilizar integralmente o orçamento disponível na execução do plano de comunicação da campanha simulada, considerando obrigatoriamente os valores integrais das tabelas de serviços internos e das tabelas de veículos de comunicação vigentes na data de publicação do edital. A proposta da licitante deverá prever todas as despesas necessárias para implementar criação, produção, veiculação e/ou distribuição da campanha, prevendo ainda os custos internos das agências.

13. PERÍODO

A campanha deverá ter duração de até 60 (sessenta) dias, podendo ser dividida em fases, conforme estratégia de comunicação a ser implementada.

14. PEÇAS SUGERIDAS

Poderão ser criadas até sete (07) peças contendo as características das sugestões abaixo:

- 1. Materiais Impressos e Físicos:** Cartazes e banners, folhetos, flyers e adesivos;
- 2. Peças Eletrônicas e Digitais:** Vídeos institucionais e educativos, áudio/spot, cards para redes sociais e carrosséis;
- 3. Publicidade em Mídia Exterior:** Outdoors;
- 4. QR Codes:** Direcionando para conteúdos interativos, vídeos e mais informações sobre os eventos, (Ou Qr do insta da PMP).

15. DA CAMPANHA SIMULADA

As licitantes poderão apresentar soluções de comunicação para divulgação ou promoção de eventos fictícios de educação ambiental da Prefeitura de Parauapebas, apresentando uma campanha simulada que informe, engajem, convença e incentive a participação da população nesses eventos educativos, estimulando o sentimento



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

coletivo para uma cidade sustentável. Todas as peças publicitárias devem conter o conceito da campanha e a assinatura com a logo da Prefeitura Municipal de Parauapebas.

Todas as sete (07) peças da ideia criativa devem apresentar o conceito da campanha e, obrigatoriamente, duas (02) das sete peças deverão ter conteúdo de caráter estritamente educativo, apresentando informações completas dos eixos sugeridos, sendo eles: saneamento básico; trato com os ambientes públicos; sustentabilidade; economia de água e educação no trânsito. Essas duas peças educativas deverão conter no mínimo: o título da campanha; informações sobre a proposta de educação ambiental; informações sobre as ações da campanha de educação ambiental; informações e dicas sobre o trato com os ambientes públicos, logradouros e áreas de lazer (mínimo de quatro dicas); dicas de meio ambiente e sustentabilidade (mínimo de sete dicas); provocar diálogo e reflexões, por meio de uma linguagem que desperte engajamento entre os moradores dos diversos bairros do município; apresentar curiosidades sobre saneamento básico; inserir dicas de como economizar água (mínimo de seis dicas importantes); dicas de trânsito e os principais descuidos e causas que geram acidentes no trânsito; encerrar a peça com frase de efeito sobre o contexto abordado; informar os canais de informações da Prefeitura, como redes sociais e site oficial; aplicar logo da Prefeitura ao final da peça.

16. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

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

17. ASSINATURA DA CAMPANHA

A campanha deve ser assinada pela logomarca da PREFEITURA. O arquivo da logomarca deverá ser solicitado pelo e-mail da Central de Licitação e Contratos – CLC, licitacao@parauebas.pa.gov.br e cópia para licitacaopmp.clc@gmail.com



PREFEITURA DE
PARAUAPEBAS

Um novo tempo, uma nova história

CLC
Central de Licitações
e Contratos

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO SUJEITOS À VALORIZAÇÃO

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)
Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))
E-mail: (licitacaomp.clc@gmail.com)
E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)

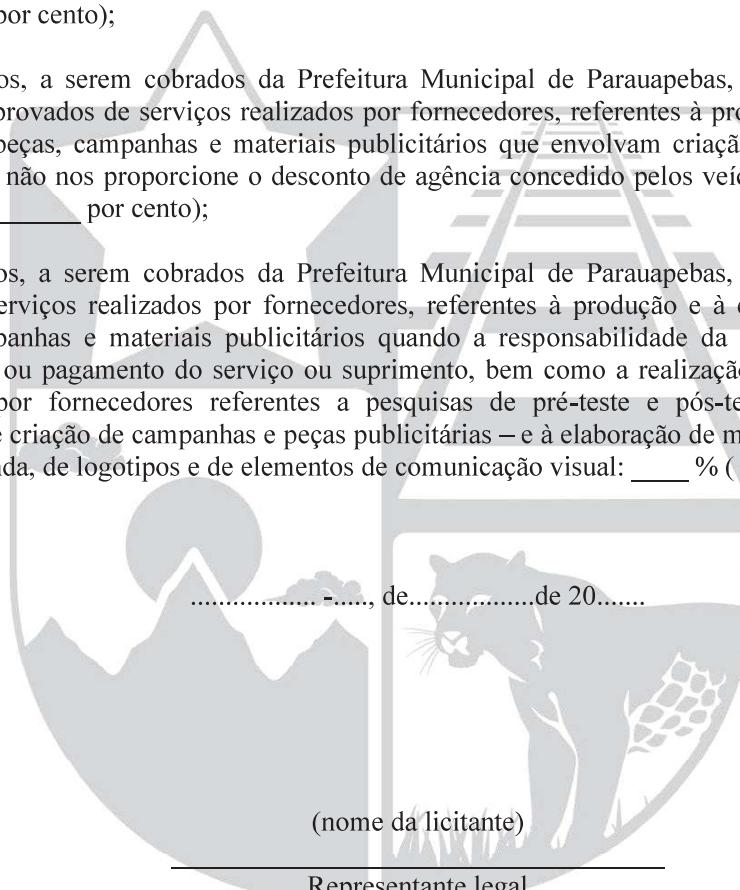


ANEXO III

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).





ANEXO IV

TABELA SINAPRO/PA

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)
Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))
E-mail: (licitacaomp.clc@gmail.com)
E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)

VALORES REFERENCIAIS
DE CUSTOS INTERNOS
2025 D



VÁLIDA DE 05/10/2025 A 04/01/2026

LISTA N° 2025D.027

AVISO IMPORTANTE!

Esta lista é de uso exclusivo de PREFEITURA DE PARAUAPEBAS,
sendo proibida a sua cessão, transferência e/ou venda para terceiros.

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

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

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

DIRETORIA GESTÃO 2024/2025

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Marcus Martins de Barros Pereira

Diretor de Secretaria: Rafaela H. Galvão Zúñiga

Diretor de Desenvolvimento: João Carlos de S. Bastos

Diretor Financeiro: Hércydes Yoshio Horiguchi

Diretor de Relações Públicas: Oswaldo Diniz Mendes

SUPLENTES DA DIRETORIA

Mirtes Rocha Morbach;

Socorro Oliveira Gama;

Layse Maria Silva Santos

CONSELHO FISCAL

Célio Pessoa Sales Filho;

Jackes Quadros Assayag;

Wilson Sampaio Portela

SUPLENTES DO CONSELHO FISCAL

Fernanda Hasselmann Galvão Chaves;

Alexandre Lima Loreiro do Amaral;

Edvilson Carlos da Silva

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.sinaproparab.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 Nº 57.690/66, com as alterações trazidas pelo Decreto Nº 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 proscrita 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 N° 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

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

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 aposição 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

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

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, preferindo 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

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

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?
.....

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

13. Oportunidades?
.....
.....
.....
14. O que mais os clientes adoram?
1º
2º
3º
15. O que mais os clientes reprovam?
1º
2º
3º
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.

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, 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, 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, translado, 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), emitidas 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.

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

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 se 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 se 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

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

1 - ANÚNCIO PARA REVISTA

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
001	Página Dupla	5.198,00	8.298,00	13.496,00
002	1 Página	3.997,00	6.382,00	10.379,00
003	1/2 Página	2.861,00	4.182,00	7.043,00
004	3/4 Página	1.491,00	2.723,00	4.214,00
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	914,00	1.323,00	2.237,00
007	acima de 1/10 a 1/5 de página	1.473,00	1.892,00	3.365,00
008	acima de 1/5 a 1/3 de página	1.801,00	2.743,00	4.544,00
009	acima de 1/3 a 1/2 página	2.698,00	4.556,00	7.254,00
010	acima de 1/2 página a 1 página	3.331,00	6.526,00	9.857,00
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		1.847,00	1.847,00
013	acima de 1/10 a 1/5 de página		2.837,00	2.837,00
014	acima de 1/5 a 1/3 de página		3.896,00	3.896,00
015	acima de 1/3 a 1/2 página		6.969,00	6.969,00
016	acima de 1/2 página a 1 página		9.747,00	9.747,00
017	Acima de 1 página, calcular proporcionalmente o valor tomando como base o valor do item 016.			

4 - ANÚNCIO PUBLICIDADE LEGAL/BALANÇOS

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
018	Até 1/10 de página		1.790,00	1.790,00
019	acima de 1/10 a 1/5 de página		2.583,00	2.583,00
020	acima de 1/5 a 1/3 de página		3.733,00	3.733,00
021	acima de 1/3 a 1/2 página		6.322,00	6.322,00
022	acima de 1/2 página a 1 página		8.890,00	8.890,00
023	Acima de 1 página, calcular proporcionalmente o valor tomando como base o valor do item 022.			

**5 – COMERCIAL/VÍDEO PARA TELEVISÃO,
CINEMA, DOOH, INTERNET E COMUNICAÇÃO INTERNA**

ITEM	ESPAÇO/DURAÇÃO	Roteiro
024	15" e 30"	8.714,00
025	60"	13.299,00
026	Espaço Empresarial	16.688,00
027	Story Board (por quadro)	374,00
028	Documentário (por minuto)	7.338,00
029	Vinheta / Assinatura / Patrocínio	1.181,00
030	Podcast – p/ minuto	1.919,00

6 – COMERCIAL PARA RÁDIO

ITEM	TIPO/ DURAÇÃO	Roteiro
031	Spot 30"	2.399,00
032	Spot 60"	3.862,00
033	Jingle 30"	4.595,00
034	Jingle 60"	6.428,00

7 – GRAVAÇÃO – EDITORAÇÃO – DIGITAÇÃO

ITEM	TIPO	Valor
035	Gravação de CD (unid.)	163,00
036	Digitação (por lauda)	943,00
037	Outros idiomas	Mais 50%
038	Tratamento/Aplicação de imagens (p/ imagem)	190,00
039	Editoração de tabela ou gráfico (unid.)	2.892,00
040	Mapa de localização (unid.)	3.633,00

8 – MÍDIA OUT OF HOME (OOH)

ITEM	MÍDIA EXTERIOR – PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
041	Busdoor	2.157,00	1.445,00	3.602,00
042	Outdoor simples (traço)	3.902,00	2.799,00	6.701,00
043	Outdoor/ Backlight / Frontlight / Painel	5.649,00	3.597,00	9.246,00
044	Empena de prédios fachada até 50 m	4.668,00	3.109,00	7.777,00
045	Empena de prédios fachada acima de 50 m	5.597,00	3.733,00	9.330,00
046	Envelopamento de Veículos	3.712,00	2.478,00	6.190,00
047	Faixa de rua	737,00	486,00	1.223,00
048	Balão	1.130,00	798,00	1.928,00
049	Placa de obra	914,00	610,00	1.524,00
050	Placa de sinalização	914,00	610,00	1.524,00
051	Tapume por m ²	814,00	549,00	1.363,00

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

052	Totem	3.764,00	2.513,00	6.277,00
053	Refaçāo – adicional mānimo de 30%			
ITEM	MOBILIÁRIO URBANO	Redaçāo e Layout	Arte final	TOTAL
057	Painel frontal de abrigo de ônibus	6.225,00	2.528,00	8.753,00
058	Painel lateral de abrigo de ônibus	6.225,00	2.528,00	8.753,00
059	Relógio	3.604,00	2.364,00	5.968,00
060	Testeira de ponto de ônibus	5.019,00	2.665,00	7.684,00
061	Outros	4.668,00	3.109,00	7.777,00
ITEM	MÍDIA INTERNA (Shopping, restaurantes, academias, aeroportos, supermercados)	Redaçāo e Layout	Arte final	TOTAL
062	Adesivaçāo de balcāo promocional	2.991,00	1.587,00	4.578,00
063	Adesivo de chāo	2.991,00	1.587,00	4.578,00
064	Adesivo de elevador	2.991,00	1.587,00	4.578,00
065	Adesivo de espelho banheiro	2.991,00	1.587,00	4.578,00
066	Adesivo de mesa (alimentaçāo)	2.991,00	1.587,00	4.578,00
067	Adesivo lateral de escada rolante	3.733,00	1.981,00	5.714,00
068	Banner / Cartaz AB (avenida / corredor shopping)	4.671,00	2.474,00	7.145,00
069	Cancela de estacionamento	3.293,00	1.739,00	5.032,00
070	Bandeirola (p/ modelo)	2.991,00	1.587,00	4.578,00

9 – MATERIAIS PROMOCIONAIS

ITEM	BRINDES – PEÇAS	Redaçāo e Layout	Arte final	TOTAL
071	Agenda (capa)	1.587,00	1.209,00	2.796,00
072	Boné / Viseira	1.587,00	1.209,00	2.796,00
073	Baralho	1.587,00	1.209,00	2.796,00
074	Botton	1.206,00	497,00	1.703,00
075	Bolacha de chopp	1.206,00	497,00	1.703,00
076	Camisa	1.587,00	1.209,00	2.796,00
077	Caneta	737,00	457,00	1.194,00
078	Chaveiro	1.206,00	500,00	1.706,00
079	Display, balcāo de parede	2.991,00	1.581,00	4.572,00
080	Copo	737,00	457,00	1.194,00
081	Faixa	1.587,00	1.209,00	2.796,00
082	Lápis	737,00	457,00	1.194,00
083	Leque	1.587,00	1.209,00	2.796,00
084	Guarda Sol	1.587,00	1.209,00	2.796,00
085	Guardanapo	1.209,00	497,00	1.706,00
086	Medalha	1.209,00	497,00	1.706,00
087	Marcador de pāgina	763,00	514,00	1.277,00
088	Mousepad	737,00	457,00	1.194,00

089	Pulseira	737,00	457,00	1.194,00
090	Necessaire	737,00	457,00	1.194,00
091	Porta garrafa / lata	737,00	457,00	1.194,00
092	Régua	769,00	514,00	1.283,00
093	Sacola / Bolsa	1.166,00	787,00	1.953,00
094	Squeeze	1.587,00	1.209,00	2.796,00
095	Toalha	1.587,00	1.209,00	2.796,00
096	Troféu	2.991,00	1.587,00	4.578,00
097	Viseira / bandana / cachecol / gorro	1.587,00	1.209,00	2.796,00
098	Outros brindes – valor mínimo	737,00	457,00	1.194,00
099	Outros brindes – valor máximo	3.432,00	1.977,00	5.409,00

10 – MATERIAL GRÁFICO

ITEM	IMPRESSOS – PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
101	Agenda (capa + miolo)	2.167,00	1.231,00	3.398,00
102	Álbum / Book – impresso ou digital – página	3.318,00	3.318,00	6.636,00
103	Bula	3.992,00	3.250,00	7.242,00
104	Broadside – página	3.318,00	3.318,00	6.636,00
105	Capa de Carnê	1.524,00	1.260,00	2.784,00
106	Calendário de parede – página	2.491,00	1.662,00	4.153,00
107	Capa – CD	4.772,00	2.990,00	7.762,00
108	Caderno (capa + miolo) – página	2.491,00	2.491,00	4.982,00
109	Capa de catálogo – página	2.491,00	2.491,00	4.982,00
110	Cardápio – página	2.491,00	2.491,00	4.982,00
111	Cartão de Natal	2.991,00	1.587,00	4.578,00
112	Cartão Postal	2.046,00	1.936,00	3.982,00
113	Cartaz/Cartazete	3.318,00	2.491,00	5.809,00
114	Cartilha – Texto/Arte/Diagramação – página	2.491,00	1.662,00	4.153,00
115	Catálogo de moda – página	5.389,00	2.491,00	7.880,00
116	Catálogo de produto – página	1.662,00	1.662,00	3.324,00
117	Catálogo de serviço – página	1.249,00	1.249,00	2.498,00
118	Cinta	1.807,00	1.209,00	3.016,00
119	Convite	2.990,00	1.587,00	4.577,00
120	Crachá	1.206,00	500,00	1.706,00
121	Cupom	983,00	718,00	1.701,00
122	Diploma	2.990,00	1.583,00	4.573,00
123	Etiqueta	633,00	396,00	1.029,00
124	Ficha de inscrição	737,00	534,00	1.271,00
125	Folder – lâmina/cm ²	13,00	12,00	25,00

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

126	Máscara para efeitos pós-produção de impressos (verniz localizado, cor especial, cortes, etc.) – cm ² da lâmina onde será aplicada.	12,00	12,00
127	Folheto Grampeado – capa – lâmina/cm ²	13,00	12,00
128	Folheto Grampeado – página– interna/cm ²	13,00	12,00
129	House Organ – página/cm ²	15,00	13,00
130	Livro – Capa/cm ²	33,00	21,00
131	Livro – Página Interna/cm ²	12,00	11,00
132	Mala Direta – lâmina/cm ²	13,00	12,00
133	Manual – impresso ou digital – Capa	3.318,00	3.318,00
134	Manual – impresso ou digital – Página Interna	3.318,00	2.491,00
135	Papel Bandeja	798,00	526,00
136	Portfólio – por página	4.562,00	1.662,00
137	Raspadinha	2.133,00	1.632,00
138	Risque rabisque	1.333,00	956,00
139	Relatório – impresso ou digital – Capa	6.632,00	3.318,00
140	Relatório – impresso ou digital – Página Interna	2.491,00	2.491,00
141	Revista – Capa	3.318,00	2.491,00
142	Revista – Página Interna (unidade)	2.491,00	5.806,00
143	Santinho / Praguinha	833,00	833,00
144	Tabela de preços – por página	6.632,00	3.318,00
145	Volante/Panfleto/Flyer – Impresso com 1 ou 2 faces, sem dobras	1.662,00	1.249,00
			2.911,00

11 – PROGRAMAÇÃO VISUAL

ITEM	TIPO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
147	Backdrop	3.608,00	2.436,00	6.044,00
148	Bandeirola (por modelo)	2.991,00	1.587,00	4.578,00
149	Banner	2.991,00	1.587,00	4.578,00
150	Blimp / roof	1.565,00	1.452,00	3.017,00
151	Caixa	3.364,00	3.154,00	6.518,00
152	Cubo	2.833,00	1.700,00	4.533,00
153	Display	2.833,00	1.700,00	4.533,00
154	Display de chão / totem	2.833,00	1.700,00	4.533,00
155	Display ponta de gôndola	2.833,00	1.700,00	4.533,00
156	Display de vitrine	2.833,00	1.700,00	4.533,00
157	Envelopamento de frota (da empresa)	12.112,00	0,00	12.112,00
158	Envelopamento / Lona de Caminhão	12.112,00	0,00	12.112,00
159	Faixa de Gôndola / Testeira	1.702,00	1.434,00	3.136,00
160	Fundo de Palco	3.608,00	2.436,00	6.044,00

161	Inflável	1.565,00	1.452,00	3.017,00
162	Layout de frota	12.112,00	0,00	12.112,00
163	Mobile	1.806,00	1.211,00	3.017,00
164	Nome Fantasia	17.882,00	0,00	17.882,00
165	Nome do Produto	17.882,00	0,00	17.882,00
166	Nome de Empreendimento Imobiliário	10.741,00	0,00	10.741,00
168	Projeto de sinalização	55.719,00	0,00	55.719,00
170	Placa	2.833,00	1.700,00	4.533,00
171	Púlpito	2.833,00	1.700,00	4.533,00
172	Saia de mesa	3.007,00	2.207,00	5.214,00
173	Uniformes	9.252,00	0,00	9.252,00
174	Woobler / stopper	1.884,00	1.665,00	3.549,00

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	TOTAL
182	Criação de tema / conceito de campanha (key visual)	29.776,00

14 – PAPELARIA

ITEM	TIPO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
183	Bloco de anotações	989,00	617,00	1.606,00
184	Cartão personalizado / agradecimento	989,00	617,00	1.606,00
185	Cartão de visita	1.229,00	761,00	1.990,00
186	Cartão de visita – alteração de nome / endereço	0,00	761,00	761,00
187	Envelope Simples 1	1.117,00	1.042,00	2.159,00
188	Envelope saco / ofício	1.452,00	1.356,00	2.808,00
189	Papel carta / ofício	956,00	741,00	1.697,00
190	Papel embrulho / presente	1.241,00	959,00	2.200,00
191	Pasta	2.394,00	1.597,00	3.991,00
192	Recibos, faturas e outros papéis de escritório	956,00	741,00	1.697,00
193	Refação – adicional mínimo de 30%. Valores reais			

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

15 – LOGOTIPIA

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
194	Marca / Logotipo do Produto			35.759,00
195	Manual de identidade visual (por lâmina)			17.250,00
196	Marca / Empresa			44.917,00
197	Marca / Evento Temporário / Selo Comemorativo			8.946,00
198	Marca / Logotipo imobiliário			10.730,00
199	Marca / Reformulação			9.321,00
200	Slogan			9.373,00
201	Planejamento, desenvolvimento e criação de manual de identidade visual: valor sob consulta conforme projeto.			

16 – EMBALAGENS

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
202	Berço	8.514,00	4.193,00	12.707,00
203	Caixa de embarque	5.590,00	2.956,00	8.546,00
204	Caixa de display de produto	18.777,00	7.411,00	26.188,00
205	Cartela / tag	4.526,00	2.726,00	7.252,00
206	Cartela com saco	15.828,00	3.631,00	19.459,00
207	Embalagem adaptação	6.786,00	7.413,00	14.199,00
208	Embalagem produto	13.449,00	6.024,00	19.473,00
209	Embalagem blister / sampling	6.971,00	4.367,00	11.338,00
210	Embalagem de linha de produtos (até 5 unid.)	90.441,00	29.628,00	120.069,00
211	Embalagem promocional	20.451,00	7.413,00	27.864,00
212	Luva	12.060,00	3.990,00	16.050,00
213	Mock-ups (sem custo de terceiros)	17.306,00	6.981,00	24.287,00
214	Rótulo	2.098,00	1.674,00	3.772,00
215	Sacola	3.141,00	1.704,00	4.845,00
216	Vinheta de embalagem	3.966,00	2.404,00	6.370,00

17 – ENCARTES

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
218	Standard 1½ página (frente e verso)	9.105,00	3.678,00	12.783,00
219	Standard 1 página (frente e verso)	13.021,00	3.678,00	16.699,00
220	Standard página dupla (frente e verso)	18.621,00	5.522,00	24.143,00
221	Tabloide 4 pág. (standard 1 dobra) – p/ lâmina	14.328,00	8.494,00	22.822,00
222	Berliner – p/lâmina (frente e verso) 223	13.679,00	6.075,00	19.754,00
223	Encarte – CD (por lâmina)	512,00	5.801,00	6.313,00
224	Encarte – Revista (por lâmina)	6.382,00	788,00	7.170,00

SERVIÇOS DIGITAIS

18 -ANÚNCIOS DISPLAY

ITEM	PEÇAS	PREÇOS REFERÊNCIA
225	Master (quaisquer dimensões)	9.736,00
226	Adaptação anúncio estático (alteração de arte/texto em quaisquer dimensões)	3.886,00
227	Adaptação anúncio animado (alteração de arte/texto em quaisquer dimensões)	4.274,00
228	Replicação (Ajuste de formato para outros veículos) – por formato	1.143,00
229	Replicação 18 formatos GDN*	14.316,00

*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.

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

SERVIÇOS DIGITAIS

19 –OUTRAS PEÇAS

ITEM	PEÇAS	VALOR REFERÊNCIA
248	Projeto Gráfico p/ Apresentação de Slides	26.497,00
249	Telas p/ Apresentação de Slides -unidade	2.859,00
250	Post avulso simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	8.745,00
251	Post Carrossel avulso (jpg/gifs + texto)	17.486,00
252	Cover avulso para Redes Sociais	8.745,00
ITEM	PEÇAS	CRIAÇÃO / ANIMAÇÃO / PROGRAMAÇÃO
253	Anúncio estático para Tablet	19.465,00
254	Anúncio animado para Tablet	29.193,00

Observações:

- 1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.
- 2) Os preços de anúncio para tablets incluem a programação.

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.	17.515,00

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	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, pessoas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.	91.978,00
260	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.	62.798,00

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	REDE DE PESQUISA (LINKS PATROCINADOS) Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
263	REDE DE DISPLAY Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
264	PROGRAMÁTICA Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada

Observação: Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 5.200/mês.
REFAÇÃO – ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.

23 – REDES SOCIAIS

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
266	<p>PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS</p> <p>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>	70.829,00
268	<p>GESTÃO CANAIS E CONTEÚDO PARA REDES SOCIAIS</p> <p>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 seguintes 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>	32.559,00
269	<p>GESTÃO DE MONITORAMENTO</p> <p>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>	20.334,00
270	<p>GESTÃO DE RELACIONAMENTO</p> <p>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. 	28.659,00

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%.

24 – SEO – SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
	PLANEJAMENTO 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. <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	• Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio; <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	59.914,00
	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. <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. 	
275		29.973,00

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

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.

- 276
- 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.
- Observação: Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.

24.760,00
por mês

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.	96.650,00

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.	55.789,00

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.	57.993,00

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.	37.476,00

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.	20.861,00

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.

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2025D

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	<p>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.</p> <p>Observações:</p> <ol style="list-style-type: none">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.	125.475,00

32 – E-MAIL MARKETING

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
289	<p>Criação e produção do HTML</p> <p>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</p>	8.816,00
290	<p>Outros serviços de E-mail Marketing</p> <p>Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.</p>	sob consulta

33 – NEWSLETTER

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
291	<p>Criação e produção do HTML</p> <p>Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. * Conteúdo especializado produzido pelo cliente.</p>	8.816,00
292	<p>Outros serviços de Newsletter</p> <p>Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.</p>	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:

1. Detalhamento claro do escopo de trabalho;
2. Metodologia para execução e gestão de projeto;
3. Tecnologia adotada.

Existem 5 áreas básicas, necessárias para o desenvolvimento dos serviços digitais:

ÁREA	Custo Homem/Hora
Planejamento	1.200,00
Atendimento e Gestão	995,00
Design/Criação	995,00
Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	864,00
Programação	792,00

PROJETOS ESPECIAIS

35 – MARKETING POLÍTICO

ITEM	DESCRÍÇÃO	VALOR REFERÊNCIA
293	Projetos de comunicação para campanhas eleitorais ou para CRM de Deputados, Vereadores, Prefeitos e qualquer outro cargo público deverão ser orçados de acordo com cada projeto.	sob consulta

36 – PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

		VALOR REFERÊNCIA
299	Ação Promocional	13.401,00
300	Calendário Anual Institucional	82.191,00
301	Calendário Anual Promocional	41.544,00
302	Cases de Marketing / Mídia / RP	57.654,00
303	Planejamento de Comunicação Estadual	66.131,00
304	Planejamento de Comunicação Nacional	151.754,00
305	Planejamento de Comunicação Regional	98.008,00



AGÊNCIAS ASSOCIADAS



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.



ANEXO V

TABELA PREVISÃO DE DEMANDA

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)
Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))
E-mail: (licitacaomp.clc@gmail.com)
E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

ANEXO V

TABELA DE CAMPANHAS PREVISTAS DE JANEIRO DE 2025 A DEZEMBRO DE 2025.

JAN- 2025	<p>BALANÇO ANUAL CAMPANHA CONTRA A DENGUE COMBATE A HANSENIASE (AÇÃO) JANEIRO ROXO CONTROLE DE ENCHENTES (AÇÃO) CORRIDA SÃO SEBASTIÃO DIA DA NÃO VIOLENCIA DIA INTERNACIONAL DA MEDICINA INTEGRATIVA (AÇÃO) INFORMATIVA MENSAL INSTITUCIONAL (MENSAL) SEMANA PEDAGOGICA VOLTA AS AULAS (CAMPANHA) JANEIRO BRANCO (SAÚDE MENTAL) DIA NACIONAL DO HEMOFILICO SAÚDE DO HOMEM CARRETA DA MULHER – AÇÕES PESAGEM DO AUXÍLIO BRASIL- AÇÕES CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO AS FAMÍLIAS DAS ÁREAS DE RISCO- INVERNO AMAZÔNICO (DEFESA CIVIL) AÇÃO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO CAMPANHA DE VACINAÇÃO (COVID -19, H1N1, ETC)</p>
FEV- 2025	<p>CAMPANHA CONTRA A DENGUE CAMPANHA EDUCACIONAL DEFESA CIVIL CARNAVAL CIDADE LIMPA – MEIO AMBIENTE (CAMPANHA) CONTROLE DE ENCHENTES DIA DA FAMÍLIA NA ESCOLA DIA MUNDIAL DO CÂNCER DIA NACIONAL DA MAMOGRAFIA DIA NACIONAL DE COMBATE AO ALCOOLISMO ENTREGA DE ETE BAIRRO TROPICAL INFORMATIVO MENSAL INSTITUCIONAL (MENSAL) PARAUAPEBAS PELA JUVENTUDE - AÇÕES TRÂNSITO/ CARNAVAL SEMANA DA ARVORE SEMANA DA MULHER CAMPANHA DIA MUNDIAL DO RIM ESCOLA DE MUSICA PROJETO FLORINDO O MUNDO CAMPANHA DE PREVENÇÃO DE GRAVIDEZ NA ADOLESCENCIA FEVEREIRO LARANJA – CONSCIENTIZAÇÃO DA LEUCEMIA FEVEREIRO ROXO – COSNCIENTIZAÇÃO ALZHEIMER PREVENÇÃO DA GRAVIDEZ NA ADOLESCÊNCIA DIA NACIONAL DE LUTA DOS POVOS INDÍGENAS (7)</p>
MAR-2025	<p>COMBATE A HIPERTENÇÃO COMBATE A INFLUENZA CORRIDA DO TRABALHADOR CULTURA EM MOVIMENTO DIA MUNDIAL DA SAÚDE DIA NACIONAL DA EDUCAÇÃO DE SURDOS DIA NACIONAL DO PARKINSONIANO INFORMATIVO MENSAL INSTITUCIONAL (MENSAL) JOGOS INTERESCOLARES MULHERES SERVIDORAS EM AÇÃO DISFAGIA DIA DA ÁGUA</p>



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

	<p>ENTREGA DE TÍTULOS DE REGULARIZAÇÃO FUNDIÁRIA ILHA DO COCO SEMANA DA ARVORE TODOS JUNTOS CONTRA TUBERCULOSE ENCONTRO DA MULHER CONFERENCIA MUNICIPAL DE SAUDE CAMPANHA DO DIA MUNDIAL DA ÁGUA DEFESA CIVIL – CONCIENTIZAÇÃO AREAS DE RISCO DMTT AÇÃO EDUCATIVA EDUCAÇÃO EM FOCO CULTURA EM MOVIMENTO ENCONTRO DA JUVENTUDE CAMPANHA DE VOLTA AS AULAS ESCOLHINHA ESPORTIVAS DIA DA ESCOLA DIA DO TURISMO ECOLÓGICO (1) DIA DO CONSUMIDOR (15) DIA DO ARTESÃO (19) DIA MUNDIAL DA SAÚDE BUCAL (20) ANIVERSÁRIO DA VILA ONALÍCIO BARROS (20) DIA MUNICIPAL DA INCLUSÃO DO PORTADOR DA SÍNDROME DE DOWN / DIA MUNDIAL DA SÍNDROME DE DOWN (21) DIA MUNICIPAL DA RECICLAGEM (21) DIA DA INFÂNCIA (21) DIA MUNDIAL DE COMBATE À TUBERCULOSE (24) DIA DA SAÚDE E DA NUTRIÇÃO (31) CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO AO AUTISMO</p>
ABR-2025	<p>CAMPANHA DO DIA MUNDIAL A SAUDE CAMPANHA DIA DA COLETA DE LIXO CAMPANHA EDUCATIVA - USE CAPACETE CAMPANHA COMBATE A DENGUE CAMPANHA COMBATE AO HPV COPA XICRIN – COMEMORAÇÃO DO DIA DO INDIO COPA PALMARES DE FUTEBOL DIA INTERNACIONAL CONTRA A DISCRIMINAÇÃO RACIAL DIA NACIONAL DO TURISMO INFORMATIVO MENSAL INSTITUCIONAL (MENSAL) CAMPANHA DA SEMANA DO MEIO AMBIENTE CAMPANHA CONTRA POLUIÇÃO SONORA CAMPANHA DE COMBATE A HIPERTENÇÃO CAMPANHA DE DOAÇÃO DE SANGUE INAUGURAÇÃO DA FONTE MULTIMIDIA ÁGUAS DANÇANTES ECO PÁSCOA (4) SEXTA-FEIRA SANTA (CELEBRAÇÃO DA PAIXÃO DE CRISTO) (7) DIA DO JORNALISTA (7) DIA DO AGENTE COMUNITÁRIO DE SAÚDE (7) PÁSCOA (9) DIA MUNICIPAL DO MÉDICO (19) DIA DE TIRADENTES (21) DIA DO HOMEM DO CAMPO (30)</p>
MAI-2025	<p>CAMPANHA DOS JOGOS INTERESCOLARES - JIPS ANIVERSARIO DE PARAUAPEBAS – ATO CIVICO DIA DO TRABALHADOR AÇÃO CIDADANIA PARA MELHOR IDADE ANIVERSARIO DA VILA VALENTIM SERRA ALERTA CONTRA A LEISHMANIOSE DIA DO GARI DIA DO CONSUMIDOR MAIO VERMELHO- CONSCIENTIZAÇÃO HEPATITE CAMPANHA CONTRA GRIPE</p>



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

	<p>CAMPANHAS DE REURBANIZAÇÃO - PROSAP CAMPNAHA DE CONSCIENTIZAÇÃO CONTRA EXPLORAÇÃO SEXUAL MAIS EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO DA LUTA ANTIMANICOMIAL DIA INTERNACIONAL DE ENFERMAGEM CAMPANHA CONTRA A MORTALIDADE MATERNA CAMPANHA DE COMBATE AO FEMINICIDIO DIAS DAS MAES FEIRA CARAJAS DO LIVRO DIA MUNDIAL SEM TABACO ENTREGA DO PARQUE DOS MINÉRIOS 2 CONFERÊNCIA DO TERCEIRO SETOR DE PARAUAPEBAS DIA DO TRABALHOR (1) DIA DE COMBATE AO ASSÉDIO MORAL E SEXUAL CONTRA MULHERES NO AMBIENTE DE TRABALHO (2) DIA DO USO RACIONAL DE MEDICAMENTOS (5) DIA MUNICIPAL DOS COMUNICADORES (9) DIA DA ENFERMAGEM (12) DIA DO ASSISTENTE SOCIAL (15) CAMPANHA MAIO FURTA-COR DE INCENTIVO AO CUIDADO À SAÚDE MENTAL MATERNA. (15) DIA DO MEL (17) DIA DA LUTA ANTIMANICOMIAL (18) DIA MUNICIPAL DO CLUBE DE AVENTUREIROS (20)</p>
JUN - 2025	<p>FEIRA DO ARTESAO FESTIVAL JECA TATU-SECULT DOAÇÃO DE SANGUE – SEMSA COMBATE A LEISHMANIOSE COMBATE AS QUEIMADAS JOGOS INDIGENAS ESCOLA DE MUSICA MAESTRO WALDEMAR HENRIQUE CAMPANHA DE ALIMENTAÇÃO SAUDAVEL - CRESCER MAIS SAUDAVEL SEMANA DO DIA DA ARVORE CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO AO TRABALHO INFANTIL CAMPANHA ÁGUA NA MEDIDA CERTA ANIVERSARIO DE VILA PALMARES I OLIMPIADAS DE MATEMATICA CAMPANHA DE JORNADA MUNICIPAL DE FOQUETES ENTREGA DA ORDEM DE SERVIÇO UBS VALE DO SOL JUNHO VERMELHO SEMINÁRIO DE POLÍTICAS INDIGENISTAS CURSOS DA CASA DA MULHER DIA DA IMPRENSA (1) DIA MUNDIAL DO MEIO AMBIENTE (5) DIA NACIONAL DO TESTE DO PEZINHO (6) CORPUS CHRISTI (8) DIA DA IMUNIZAÇÃO (9) DIA MUNICIPAL DO EVANGÉLICO (11) DIA DE LUTA CONTRA O TRABALHO INFANTIL (12) DIA MUNDIAL DO DOADOR DE SANGUE (14) COMBATE À VIOLÊNCIA CONTRA PESSOAS IDOSAS (15) ANIVERSÁRIO DA PALMARES 2 (15) ANIVERSÁRIO DA PALMARES SUL (26) DIA DE ORGULHO LGBTQIA+ (28)</p>
	<p>CAMPANHA JULHO AMARELO CONTRA AS HEPATITES VIRAIS FEIRA DE CIENCIA E TECNOLOGIA CAMPANHA DE DOAÇÃO DE SANGUE</p>



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM**

JUL-2025	COMBATE A LEISHMANIOSE COMBATE AS QUEIMADAS PATRULHA MARIA DA PENHA COMBATE A DENGUE SEMANA DO ALEITAMENTO MATERNO – INICIO DA CAMPANHA AGOSTO LILAS – INICIO DA CAMPANHA JOGOS INDIGENAS RECITAL DE FÉRIAS DA ESCOLA DE MUSICAL CAMPANHA DE COMBATE Á POLUIÇÃO SONORA VOLTA AS AULAS CAMPANHA DE TURISMO EM PARAUAPEBAS FESTIVAL DE DANÇA DIA DO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE – ECA (13) DIA DO HOMEM (15) DIA DE PROTEÇÃO ÀS FLORESTAS (17) DIA DO AMIGO (20) DIA DO AGRICULTOR (28)
AGO- 2025	ANIVERSARIO DA VILA CEDERE ANIVERSARIO DA VILA PAULO FONTELES PARADA DIVERSIDADE CULTURAL ANIVERSARIO DA LEI MARIA DA PENHA PATRULHA DA LEI MARIA DA PENHA AGOSTO LILAS CAMPANHA DE VACINAÇÃO <i>lilas</i> CAMPANHA ALEITAMENTO MATERNO DIA NACIONAL DA SAUDE COMBATE A LEISHMANIOSE CAMPANHA DE ANIVERSARIO DO SAAEP CONFERENCIA DE ASSISTENCIA SOCIAL DIA DO ESTUDANTE CAMPANHA DA PRIMEIRA INFANCIA CAMPANHA DO DIA DO BATEDOR DE AÇAI CAMPANHA DO DIA DO FEIRANTE SEMANA MUNDIAL DA AMAMENTAÇÃO (1) DIA DOS PAIS (13) ADESÃO DO PARÁ (15) DIA MUNDIAL DA FOTOGRAFIA (19) DIA MUNICIPAL PELA VALORIZAÇÃO DOS CONSELHEIROS DE HABITAÇÃO DE INTERESSE SOCIAL (26)
SET- 2025	CAMPANHA DA SEMANA DA CULTURA DESFILE CIVICO ANIVERSARIO DA VILA SANSÃO SETEMBRO AMARELO – PREVENÇÃO AO SUICÍDIO CAMPANHA DE VACINAÇÃO CAMPANHA LUTA PELOS DIREITOS DA PESSOA COM DEFICIENCIA CAMPANHA DE VACINAÇÃO ANTIRRABICA CAMPANHA DO DIA MUNDIAL DA LIMPEZA CAMPANHA DIA MUNDIAL DO CORAÇÃO CAMPANHA ENCONTRO DA MULHER INDIGENA CAMPANHA TRILHA DE PROFISSOES CAMPANHA BUSCA ATIVA MOSTA DE TEATRO CAMPANHA DIA DA AMAZÔNIA DIA DO CLIENTE (15) FESTIVAL DO PEIXE (17) DIA NACIONAL DO SURDO (26)
OUT- 2025	ANIVERSARIO DA VILA VALENTIM SERRA SEMANA DA CULTURA EVANGELICA DIA DO PROFESSOR



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS
CHEFE DO GABINETE DO EXECUTIVO
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO-ASCOM

	FESTIVAL DE MUSICA DE PARAUAPEBAS - FEMPA DIA DO SERVIDOR PUBLICO ANIVERSARIO DA VILA CARIMÂ OFICINAS PARA MULHERES DA BOA IDADE – DIA NACIONAL DO IDOSO. CAMPANHA DE PREVENÇÃO CONTRA O CANCER DE MAMA - OUTUBRO ROSA. CAMPANHA DOS AGENTES DE COMBATE AS ENDEMIAS E AO AGENTE COMUNITARIO. CAMPANHA DA SAUDE MENTAL CAMPANHA DA PREVENÇÃO A OBESIDADE OUTUBRO VERDE - CAMPANHA DE COMBATE A SIFILIS CAMPANHA DE SAUDE BUCAL CAMPANHA DA SEMANA DE EDUCAÇÃO CAMPANHA DE VACINAÇÃO CAMPANHA DIA DO COMERCIÁRIO CÍRIO DIA DO EMPREENDEDOR (5) DIA NACIONAL DA LUTA CONTRA A VIOLENCIA À MULHER (10) DIA DE NOSSA SENHORA APARECIDA (12)
NOV- 2025	DIA DE FINADOS CAMPANHA DE VACINAÇÃO ANIVERSARIO DA VILA ALBANI CAMPANHA DA CONSCIENCIA NEGRA ANIVERSARIO DA VILA ALTO BONITO DIA INTERNACIONAL DA NÃO VIOLENCIA CONTRA A MULHER CAMPANHA COMBATE AO CÂNCER DE PROSTATA - NOVEMBRO AZUL CAMPANHA DE COMBATE A SURDEZ CAMPANHA DE COMBATE A DIABETES CAMPANHA DE 16 DIAS DE ATIVISMO CAMPANHA DE COMBATE A TUBERCULOSE CAMPANHA DA SEMANA PEDAGOGICA BLACK FRIDAY – CAMPANHA DO PROCON DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR INCIO CAMPANHA DO NATAL DOS SONHOS SEMANA MUNICIPAL DO EMPREENDEDORISMO FEMININO DIA DA GENTILEZA (13) PROCLAMAÇÃO DA REPÚBLICA (15) DIA DA VALORIZAÇÃO DOS CONSELHEIROS TUTELARES (18) DIA DO DOADOR DE SANGUE (25)
DEZ- 2025	CAMPANHA 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 SEMINARIO DE PRATICAS EXITOSAS DE PROFESSORES E COORDENADORES CAMPANHA DE COMBATE AO BULLYING DIA INTERNACIONAL DE LUTA DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA (3) DIA INTERNACIONAL DOS DIREITOS HUMANOS (10) DIA DO ATLETA (21)



ANEXO VI **CALENDÁRIO ANUAL 2025**

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)
Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))
E-mail: (licitacaomp.clc@gmail.com)
E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



ANEXO VI CALENDÁRIO 2025

JANEIRO - 2025					
DATA	DESCRÍÇÃO	LEI	ESFERA	OBSERVAÇÕES	
01/01	DIA DA CONFRATERNIZAÇÃO UNIVERSAL		FEDERAL	FERIADO	
08/01	DIA MUNICIPAL DA RESISTÊNCIA DEMOCRÁTICA	Nº 5.516/2024	MUNICIPAL	COMEMORAR	
20/01	DIA DO FARMACEUTICO	Nº 5.359/2023	MUNICIPAL	HOMENAGEAR	
20/01	DIA DO PADROEIRO DA CIDADE (SÃO SEBASTIÃO)	Nº 011/1989	MUNICIPAL	FERIADO	

FEVEREIRO - 2025					
DATA	DESCRÍÇÃO	LEI	ESFERA	OBSERVAÇÕES	
DUR.O MÊS	CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO FEVEREIRO ROXO	Nº 4.777/1999	MUNICIPAL	CAMPANHA	
22/02	DIA MUNICIPAL DO AUXILIAR DE SERVIÇOS GERAIS	Nº 5.225/2023	MUNICIPAL	COMEMORAR	

MARÇO - 2025					
DATA	DESCRÍÇÃO	LEI	ESFERA	OBSERVAÇÕES	
01/03	DIA DO PROCURADOR MUNICIPAL	Nº 5.474/2024	MUNICIPAL	CELEBRAR	
04/03	CARNAVAL		FEDERAL	FACULTATIVO	
06/03	DIA DO CÍRCULO DE ORAÇÃO	Nº 4.762/2018	MUNICIPAL	COMEMORAR	
08/03	DIA DE COMBATE À MISOGINIA	Nº 5.452/2024	MUNICIPAL	CELEBRAR	
19/03	DIA MUNICIPAL DO ARTE SÃO E DA ARTESÃ	Nº 5.386/2023	MUNICIPAL	COMEMORAR	
21/03	DIA MUNICIPAL DA RECICLAGEM	Nº 5.119/2022	MUNICIPAL	COMEMORAR	
21/03	DIA MUNICIPAL DA INCLUSÃO DO PORTADOR DA SÍNDROME DE DOWN	Nº 5.178/2022	MUNICIPAL	COMEMORAR	
1ª SEM.	SEMANA DO EMPODERAMENTO FEMININO NAS ESCOLAS PÚBLICAS E PRIVADAS	Nº 4.891/2020	MUNICIPAL	DISCUTIR/ CAMPANHA / PROMOVER	
2ª QUI.FR.	DIA MUNICIPAL DE PREVENÇÃO À DOENÇA RENAL CRÔNICA	Nº 5.304/2023	MUNICIPAL	COMEMORAR	



PREFEITURA DE PARAUAPEBAS

Assessoria de
Comunicação

Um novo tempo, uma nova história

ASCOM

2º SAB.	DIA DA MULHER ADVENTISTA	Nº 5.469/2024	MUNICIPAL	COMEMORAR
3º SAB.	DIA MUNICIPAL DO JOVEM ADVENTISTA *SEMANA MUNICIPAL DE INCENTIVO À PARTICIPAÇÃO DA MULHER NO PROCESSO ELEITORAL	Nº 5.026/2021 Nº 4.914/2020	MUNICIPAL	COMEMORAR INCENTIVAR / PROMOVER
2º QUINT.	SEMANA DO AGRICULTOR RURAL	Nº 4.764/2018	MUNICIPAL	PROMOVER

02/04	DIA MUNICIPAL DE ABRIL - CAMPANHA DO AUTISMO	Nº 5.322/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA
02/04	DIÁ MUNICIPAL DE CONSCIENTIZAÇÃO DO AUTISMO SEMANA MUNICIPAL PARA CONSCIENTIZAÇÃO E apoio aos portadores da doença de parkinson	Nº 4.758/2018 Nº 4.778/2019	MUNICIPAL	CELEBRAR CAMPANHA
04/04	DIA DO AGENTE COMUNITÁRIO DE SAÚDE	Nº 4.969/2021	MUNICIPAL	COMEMORAR
07/04	DIA DO MÉDICO	Nº 5.181/2022	MUNICIPAL	COMEMORAR
09/04	DIÁ MUNICIPAL EM MEMÓRIA DOS CIDADÃOS PARAUAPEBENSES VÍTIMAS DA COVID-19	Nº 4.903/2022	MUNICIPAL	HOMENAGEAR
10/04	*14 A 18/04* ECO PÁSCOA - SEMANA QUE ANTECEDE A PÁSCOA	Nº 5.132/2022	MUNICIPAL	CELEBRAR
18/04	CELEBRAÇÃO DA PAIXÃO DE CRISTO (SEXTA-FEIRA SANTA)	Nº 9.093/1995 Nº 5.098/2022	FEDERAL MUNICIPAL	CELEBRAR
18/04	MANHÃ AO PÉ D'ACRÚZ	Nº 4.744/2018	MUNICIPAL	CELEBRAR
20/04	DIA DE PAZ NA ESCOLA	Nº 5.349/2023	MUNICIPAL	CELEBRAR
21/04	TIRADENTES	Nº 10.607/2002	FEDERAL	FERIADO
23/04	DIA MUNICIPAL DO SERRALHEIRO	Nº 5.324/2023	MUNICIPAL	COMEMORAR
27/04	DIA DO HOMEM DO CAMPO (ÚLTIMO DOMINGO DO MÊS)	Nº 5.172/2022	MUNICIPAL	COMEMORAR
28/04	SEMANA DE PROMOÇÃO DA EDUCAÇÃO SOCIOEMOCIONAL SEMANA DE CONSCIENTIZAÇÃO E ORIENTAÇÃO SOBRE O LÚPUS	Nº 5.325/2023 Nº 4.770/2019	MUNICIPAL	CAMPANHA

ABRIL - 2025				
DATA	DESCRIÇÃO	LEI	ESFERA	OBSERVAÇÕES
02/04	1ª SEMANA DE ABRIL - CAMPANHA DO AUTISMO	Nº 5.322/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA
02/04	DIÁ MUNICIPAL DE CONSCIENTIZAÇÃO DO AUTISMO SEMANA MUNICIPAL PARA CONSCIENTIZAÇÃO E apoio aos portadores da doença de parkinson	Nº 4.758/2018 Nº 4.778/2019	MUNICIPAL	CELEBRAR CAMPANHA
04/04	DIA DO AGENTE COMUNITÁRIO DE SAÚDE	Nº 4.969/2021	MUNICIPAL	COMEMORAR
07/04	DIA DO MÉDICO	Nº 5.181/2022	MUNICIPAL	COMEMORAR
09/04	DIÁ MUNICIPAL EM MEMÓRIA DOS CIDADÃOS PARAUAPEBENSES VÍTIMAS DA COVID-19	Nº 4.903/2022	MUNICIPAL	HOMENAGEAR
14 A 18/04	*14 A 18/04* ECO PÁSCOA - SEMANA QUE ANTECEDE A PÁSCOA	Nº 5.132/2022	MUNICIPAL	CELEBRAR
18/04	CELEBRAÇÃO DA PAIXÃO DE CRISTO (SEXTA-FEIRA SANTA)	Nº 9.093/1995 Nº 5.098/2022	FEDERAL MUNICIPAL	CELEBRAR
18/04	MANHÃ AO PÉ D'ACRÚZ	Nº 4.744/2018	MUNICIPAL	CELEBRAR
20/04	DIA DE PAZ NA ESCOLA	Nº 5.349/2023	MUNICIPAL	CELEBRAR
21/04	TIRADENTES	Nº 10.607/2002	FEDERAL	FERIADO
23/04	DIA MUNICIPAL DO SERRALHEIRO	Nº 5.324/2023	MUNICIPAL	COMEMORAR
27/04	DIA DO HOMEM DO CAMPO (ÚLTIMO DOMINGO DO MÊS)	Nº 5.172/2022	MUNICIPAL	COMEMORAR
28/04	SEMANA DE PROMOÇÃO DA EDUCAÇÃO SOCIOEMOCIONAL SEMANA DE CONSCIENTIZAÇÃO E ORIENTAÇÃO SOBRE O LÚPUS	Nº 5.325/2023 Nº 4.770/2019	MUNICIPAL	CAMPANHA

MAIO - 2025



PREFEITURA DE PARAUAPEBAS

Um novo tempo, uma nova história

DATA	DESCRIÇÃO	LEI	ESFERA	OBSERVAÇÕES
01/05	DIA DO TRABALHO / TRABALHADOR	Nº 605/1949	FEDERAL	FERIADO
1ª SEMANA 01 A 08/05	SEMANA MUNICIPAL DE INCENTIVO À EDUCAÇÃO FINANCEIRA SEMANA MUNICIPAL DO DIAGNÓSTICO E PREVENÇÃO DA CATARATA, GLAUCOMA E PTERÍGIO SEMANA DA VALORIZAÇÃO DA VIDA DO TRABALHADOR	Nº 5.328/2023 Nº 5.288/2023 Nº 5.312/2023	MUNICIPAL MUNICIPAL MUNICIPAL	COMEMORAR CELEBRAR VALORIZAR
02/05	DIA DE COMBATE AO ASSÉDIO MORAL E SEXUAL CONTRA MULHERES NO AMBIENTE DE TRABALHO	Nº 5.137/2022	MUNICIPAL	CAMPANHA
03/05	CORRIDA DO LEGISLADOR	Nº 5.157/2022	MUNICIPAL	REALIZAR
07/05	DIA MUNICIPAL DOS COLABORADORES DA MINERAÇÃO	Nº 5.007/2021	MUNICIPAL	COMEMORAR / HOMENAGEAR
10/05	ANIVERSÁRIO DA CIDADE DO MUNICÍPIO DE PARAUAPEBAS	Nº 013/1989	MUNICIPAL	FERIADO
11 A 17/05	SEMANA AZUL E ROSA (3ª SEMANA DE MAIO)	Nº 4.760/2018	MUNICIPAL	COMEMORAR
11/05	DIA MUNICIPAL DO CORREDOR DE RUA (2º DOMINGO DE MAIO)	Nº 5.046/2021	MUNICIPAL	COMEMORAR
11/05	DIA DO AGENTE DE TRÂNSITO MUNICIPAL	Nº 5.472/2024	MUNICIPAL	COMEMORAR
11/05	DIA MUNICIPAL DE COMABRE AO FEMINICÍDIO E À VIOLENCIA CONTRA MULHER	Nº 4.808/2019	MUNICIPAL	CAMPANHA
12/05	SEMANA DE INCENTIVO À PRÁTICA DO PILATES (SEMANA DO DIA 12/05)	Nº 5.522/2024	MUNICIPAL	COMEMORAR
12/05	DIA DA FIBROMIALGIA	Nº 5.021/2021	MUNICIPAL	CAMPANHA
12/05	DIA DO TRABALHADOR DA SAÚDE MUNICIPAL	Nº 4.090/2020	MUNICIPAL	CELEBRAR
12 A 20/05	SEMANA MUNICIPAL DA ENFERMANGEM	Nº 5.331/2023	MUNICIPAL	HOMENAGEAR
14/05	DIA DA CONSCIENTIZAÇÃO DA APRAXIA DE FALA NA INFÂNCIA	Nº 5.539/2024	MUNICIPAL	CAMPANHA
15/05	DIA DA FAMÍLIA PARAUAPEBENSE	Nº 5.221/2023	MUNICIPAL	COMEMORAR
16/05	DIA MUNICIPAL DO GARI	Nº 4.904/2020	MUNICIPAL	HOMENAGEAR
17/05	DIA DO MEL	Nº 5.182/2022	MUNICIPAL	HOMENAGEAR
25/05	SEMANA DA CONSCIENTIZAÇÃO DAS DOENÇAS DA TIREÓIDE (SEMANA DO DIA 25/05)	Nº 5.345/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA
DUR.O MÊS	MAIO LARANJA	Nº 5.482/2024	MUNICIPAL	CAMPANHA



DUR.O MÊS

MAIO FURTA-COR



**PREFEITURA DE
PARAUAPEBAS**

Um novo tempo, uma nova história

ASCOM
Assessoria de
Comunicação

Nº 5.140/2022

MUNICIPAL

CAMPANHA

JUNHO - 2025					
DATA	DESCRIÇÃO	LEI	ESFERA	OBSERVAÇÕES	
NO MÊS	FESTIVAL JUNINO JEGA TATU (PATRIMÔNIO CULTURAL E IMATERIAL)	Nº 4.793/2019	MUNICIPAL	FESTEJAR	CAMPANHA
02 A 06/06	SEMANA DE CONSCIENTIZAÇÃO E COMBATE AO RELACIONAMENTO ABUSIVO EM PARAUAPEBAS (SEMANA QUE ANTECEDE O DIA 12/06)	Nº 5.353/2023	MUNICIPAL		
08/06	DIA DO PASTOR EVANGÉLICO (2º DOMINGO DE JUNHO)	Nº 4.906/2020	MUNICIPAL		HOMENAGEAR
11/06	DIA DO EVANGÉLICO	Nº 4.696/2017	MUNICIPAL		FACULTATIVO
19/06	CORPUS CHRISTI	Nº 7.765/1989	FEDERAL		FERIADO
19/06	DIA DE CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE A DOENÇA FALCIFORME	Nº 5.334/2023	MUNICIPAL		CELEBRAR
19 A 26/06	SEMANA DE PREVENÇÃO ÀS DROGAS	Nº 5.039/2021	MUNICIPAL		CAMPANHA
20/06	DIA MUNICIPAL DOS VIGILANTES	Nº 5.313/2023	MUNICIPAL		COMEMORAR
26/06	ANIVERSÁRIO DA PALMARES SUL E DA PALMARES II	Nº 46875/2020	MUNICIPAL		COMEMORAR
NO MÊS	JUNHO VIOELTA - MÊS DA CONSCIENTIZAÇÃO E PREVENÇÃO À VIOLENCIA CONTRA A PESSOA IDOSA	Nº 5.266/2023	MUNICIPAL		CAMPANHA
JULHO - 2025					
DATA	DESCRIÇÃO	LEI	ESFERA	OBSERVAÇÕES	
O MÊS	CAMPANHA JULHO VERDE (DURANTE TODO O MÊS)	Nº 5.315/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA	
01/07	DIA DO ESPORTISTA AMADOR	Nº 5.348/2023	MUNICIPAL	CELEBRAR	
09/07	DIA DO COLEÇÃOADORES, ATIRADORES E CAÇADORES - CAC'S	Nº 5.142/2022	MUNICIPAL	RECONHECER	
09 A 13/07	SEMANA MUNICIPAL DAS ATIVIDADES DE RODEIO, CAVALGADA E VAQUEJADA	Nº 5.113/2022	MUNICIPAL	COMEMORAR	
25/07	DIA DO MOTORISTA RODOVIÁRIO	Nº 5.476/2024	MUNICIPAL	COMEMORAR	
27/07	DIA DO MOTOCICLISTA	Nº 5.464/2024	MUNICIPAL	COMEMORAR	



**PREFEITURA DE
PARAUAPEBAS**
Um novo tempo, uma nova história

ASCOM
Assessoria de
Comunicação

31/07 DIA OFICIAL DA DESCOPERTA DE CARAJÁS

Nº 5.303/2023

MUNICIPAL
COMEMORAR

AGOSTO - 2025					
DATA	DESCRIÇÃO	LEI	ESFERA	OBSERVAÇÕES	
O MÊS	AGOSTO CARAMELO	Nº 5.342/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA	
05/08	DIA DO CICLISTA	Nº 4.721/2017	MUNICIPAL	COMEMORAR	
01 A 07/08	SEMANA DE INCENTIVO AO ALEITAMENTO MATERNO (1ª SEMANA DE AGOSTO)	Nº 5.314/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA	
09 E 10/08	FESTIVAL DOS IPÊS (2ª FINAL DE SEMANA DE AGOSTO)	Nº 5.223/2023	MUNICIPAL	COMEMORAR	
15/08	DATA MAGNA DO ESTADO DO PARÁ - ADESÃO DO PARÁ	Nº 5.999/1996	ESTADUAL	FERIADO	
22/08	DIA MUNICIPAL DA DIVERSIDADE SURDA	Nº 5.038/2021	MUNICIPAL	CAMPANHA	
23/08	DIA MUNICIPAL DO QUEBRANDO O SILENCIO (4º SÁBADO DO MÊS DE AGOSTO)	Nº 5.174/2022	MUNICIPAL	CAMPANHA	
25/08	DIA DO FERANTE	Nº 5.144/2022	MUNICIPAL	COMEMORAR	
25/08	DIA DO BATEDOR DE AÇAI	Nº 5.025/2021	MUNICIPAL	HOMENAGEAR	
26/08	DIA MUNICIPAL PELA VALORIZAÇÃO DOS CONSELHEIROS DE HABITAÇÃO DE INTERESSE SOCIAL	Nº 5.100/2022	MUNICIPAL	HOMENAGEAR	
30/08	DIA DO COOPERATIVISMO FEMININO (ÚLTIMO SÁBADO DO MÊS DE AGOSTO)	Nº 4.912/202	MUNICIPAL	COMEMORAR	
25 A 29/08	CONSUMO DE CIGARRO ELETRÔNICO (ÚLTIMA SEMANA DO MÊS DE AGOSTO)	Nº 5.211/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA	
SETEMBRO - 2025					
DATA	DESCRIÇÃO	LEI	ESFERA	OBSERVAÇÕES	
O MÊS	SETEMBRO DOURADO	Nº 5.338/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA	
01 A 06/09	SEMANA DE INCENTIVO AO PARTO NORMAL E HUMANIZADO (1ª SEMANA DO MÊS DE SETEMBRO)	Nº 4.956/2021	MUNICIPAL	CELEBRAR	
07/09	INDEPENDÊNCIA DO BRASIL	Nº 662/1949	FEDERAL	FERIADO	
08 A 12/09	SEMANA DE PREVENÇÃO À SINDROME ALCOÓLICA FETAL (SEMANA NO DIA 09 DO MÊS DE SETEMBRO)	Nº 5.287/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA	



08 A 12/09	COMBATE AO SUICÍDIO (2ª SEMANA DO MÊS DE SETEMBRO)	Nº 5.287/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA
09/09	dia do administrador	Nº 4.924/2020	MUNICIPAL	HOMENAGEAR
10/09	dia do motoentregador	Nº 4.910/2020	MUNICIPAL	HOMENAGEAR
13/09	dia de conscientização para prevenção à lesão medular	Nº 5.370/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA
13 A 17/09	dia de conscientização para prevenção à depressão (semana do dia 15 do mês de setembro)	Nº 4.911/2020	MUNICIPAL	CAMPANHA
16/09	dia da reanimação cardiopulmonar (rcp)	Nº 5.110/2022	MUNICIPAL	CAMPANHA
19/09	festival do peixe (3º domingo do mês de setembro)	Nº 5.027/2021	MUNICIPAL	FESTEJAR
19/09	dia dos desbravadores (3º domingo do mês de setembro)	Nº 4.948/2021	MUNICIPAL	COMEMORAR
20/09	dia municipal da juventude	Nº 4.737/2018	MUNICIPAL	COMEMORAR
21 A 28/09	semana municipal de luta pelos direitos da pessoa com deficiência	Nº 4.773/2019	MUNICIPAL	CAMPANHA
22/09	dia municipal da contabilidade	Nº 5.112/2022	MUNICIPAL	HOMENAGEAR
22/09	dia municipal sem carro	Nº 4.672/2016	MUNICIPAL	CAMPANHA
22 A 30/09	semana do turismo (última semana do mês de setembro)	Nº 5.018/2021	MUNICIPAL	CAMPANHA
22 A 30/09	semana de incentivo à doação de órgãos (última semana do mês de setembro)	Nº 4.852/2020	MUNICIPAL	CAMPANHA
30/09	dia do secretário escolar	Nº 5.477/2024	MUNICIPAL	CELEBRAR

OUTUBRO - 2025				
DATA	DESCRIÇÃO	LEI	ESFERA	OBSERVAÇÕES
06 A 10/10	semana de prevenção e combate ao acidente vascular cerebral (avc)	Nº 5.332/2023	MUNICIPAL	CAMPANHA
06 A 10/10	semana da cultura evangélica (2ª semana do mês de outubro)	Nº 4.705/2017	MUNICIPAL	COMEMORAR
12/10	dia da nossa senhora aparecida (padroeira do brasil)	Nº 6.802/1980	FEDERAL	FERIADO RELIGIOSO



PREFEITURA DE PARAÚAPEBAS

Um novo tempo, uma nova história

ASCOM
Assessoria de
Comunicação

13 A 17/10	13 DO MÊS DE OUTUBRO)	SEMANA DA FISIOTERAPIA OCUPACIONAL (SEMANA DO DIA 13 DO MÊS DE OUTUBRO)	Nº 4.827/2019	MUNICIPAL	CAMPANHA
13 A 17/10	SEMANA DE COMBATE E PREVENÇÃO À TROMBOSE VENOSA PROFUNDA E À EMBOLIA PULMONAR (SEMANA DO DIA 13 DO MÊS DE OUTUBRO)	SEMANA PROFUNDA E À EMBOLIA PULMONAR (SEMANA DO DIA 13 DO MÊS DE OUTUBRO)	Nº 4.854/2020	MUNICIPAL	CAMPANHA
13 A 17/10	SEMANA DOS PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO (SEMANA DO DIA 15 DO MÊS DE OUTUBRO)	SEMANA DOS PROFISSIONAIS DA EDUCAÇÃO (SEMANA DO DIA 15 DO MÊS DE OUTUBRO)	Nº 5.041/2021	MUNICIPAL	CAMPANHA
13 A 17/10	FEIRA DE PARAÚAPEBAS DE CIÊNCIAS, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO. (3ª SEMANA DO MÊS DE OUTUBRO)	FEIRA DE PARAÚAPEBAS DE CIÊNCIAS, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO. (3ª SEMANA DO MÊS DE OUTUBRO)	Nº 4.759/2018	MUNICIPAL	REALIZAR
15/10	DIA DO PROFESSOR	DIA DO PROFESSOR	Nº 174/1948	FEDERAL	FERIADO ESCOLAR
26/10	DIA DO TRABALHADOR DA CONSTRUÇÃO CIVIL	DIA DO TRABALHADOR DA CONSTRUÇÃO CIVIL	Nº 5.302/2023	MUNICIPAL	COMEMORAR
28/10	DIA DO FUNCIONÁRIO PÚBLICO	DIA DO FUNCIONÁRIO PÚBLICO	Nº 4.231/2002	MUNICIPAL	FACULTATIVO
29/10	DIA DE COMBATE AO TABAGISMO E EM DEFESA DA VIDA SAUDÁVEL	DIA DE COMBATE AO TABAGISMO E EM DEFESA DA VIDA SAUDÁVEL	Nº 4.806/2019	MUNICIPAL	CAMPANHA

NOVEMBRO - 2025

DATA	DESCRIÇÃO	LEI	ESFERA	OBSEVAÇÕES
O MÊS	NOVEMBRO AZUL	Nº 4.858/2020	MUNICIPAL	CAMPANHA
02/11	DIA DE FINADOS	Nº 10.607/2002	FEDERAL	FERIADO
03/11	DIA MUNICIPAL DO CABELEIREIRO, MANICURE, PEDICURE, DEPILADORE E MAQUIADOR	Nº 5.378/2023	MUNICIPAL	COMEMORAR
15/11	DIA DA IGREJA DO EVANGELHO QUADRANGULAR	Nº 4.767/2019	MUNICIPAL	HOMENAGEAR
15/11	PROCLAMAÇÃO REPÚBLICA	Nº 662/1949	FEDERAL	FERIADO
18/11	DIA DE VALORIZAÇÃO DOS CONSELHEIROS TUTELARES	Nº 5.202/2022	MUNICIPAL	HOMENAGEAR
17 A 21/11	SEMANA MUNICIPAL DO EMPREENDEDORISMO FEMININO (SEMANA DO DIA 19 DO MÊS DE NOVEMBRO)	Nº 5.135/2022	MUNICIPAL	CAMPANHA
19/11	DIA DO EMPREENDEDORISMO FEMININO	Nº 5.258/2023	MUNICIPAL	COMEMORAR
20/11	DIA DA CONSCIÊNCIA NEGRA	Nº 14.759/2023	FEDERAL	FERIADO
20/11	DIA DA CULTURA HIP-HOP	Nº 5.004/2021	MUNICIPAL	COMEMORAR
23/11	DIA DA CAPOEIRA E CAPOEIRISTA	Nº 5.030/2021	MUNICIPAL	COMEMORAR



DEZEMBRO - 2025

DATA	DESCRIÇÃO	LEI	ESFERA	OBSERVAÇÕES
01 A 08/12	SEMANA DE ORIENTAÇÃO SOBRE A PARALISIA CEREBRAL (SEMANA ENTRE OS DIAS 01 A 08 DO MÊS DE DEZEMBRO)	Nº 4.917/2020	MUNICIPAL	CAMPANHA
01 A 08/12	SEMANA DE CONSCIENTIZAÇÃO E COMBATE AO CAPACITISMO	Nº 5.519/2024	MUNICIPAL	CAMPANHA
05/12	DIA DO VOLUNTÁRIO	Nº 4.698/2017	MUNICIPAL	COMEMORAR
06 E 07/12	EVENTO "ROCK IN ROÇA" (COMEMORAR NO 1º FINAL DE SEMANA DE DEZ.)	Nº 5.057/2021	MUNICIPAL	FESTEJAR
06/12	DIA DE MOBILIZAÇÃO DOS HOMENS PELO FIM DA VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES	Nº 5.162/2022	MUNICIPAL	CONSCIENTIZAR
13/12	DIA DA SEGURANÇA MUNICIPAL EM DEFESA DO CIDADÃO	Nº 5.002/2021	MUNICIPAL	COMEMORAR
25/12	NATAL	Nº 662/1949	FEDERAL	CELEBRAR/FERIADO



ANEXO VII

MINUTA DE CONTRATO

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)
Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))
E-mail: (licitacaomp.clc@gmail.com)
E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



ANEXO VII - MINUTA DO CONTRATO

Pelo presente instrumento de Contrato, de um lado o Município de PARAUAPEBAS, através do(a) PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAUAPEBAS por intermédio do GABINETE DO CHEFE DO PODER EXECUTIVO, neste ato denominado CONTRATANTE, com sede na Rua Marcos Freire Nº 305, Bairro Chácara do Sol - Primavera, Cidade de Parauapebas -PA, CEP. 68515.000, inscrito no CNPJ sob o nº 22.980.999/0001-15, representado pelo Sra. JOELMA DE MOURA LEITE, Chefe do Gabinete do Poder Executivo, e de outro lado a empresa _____, inscrita no CNPJ (MF) sob o Nº _____, estabelecida à _____, doravante denominada simplesmente CONTRATADA, neste ato representada pelo Sr (a). _____, residente na _____, portador (a) da cédula de identidade Nº _____ e do CPF Nº _____, 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 Nº 3.2025-001GABIN e a proposta apresentada pela CONTRATADA, sujeitando-se CONTRATANTE e CONTRATADA às normas disciplinares da Lei Nº 14.133/2021 e alterações posteriores, Lei Complementar Municipal nº 009/2016 mediante as Cláusulas que se seguem:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1. O objeto do presente instrumento é a Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de até 02 (duas) agências de propaganda, 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 a distribuição externa (divulgação) dos serviços publicitários de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Parauapebas, Estado do Pará.

1.1. Também integram o objeto deste contrato, os serviços especializados pertinentes:

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

1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'b' do subitem 1.1. terão a finalidade 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;
- Possibilitar a avaliação dos resultados alcançados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.3. A prestação dos serviços serão contratadas até 02 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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. Será admitida apenas a **subcontratação parcial**, restrita aos serviços de atividades complementares descritos no subitem 1.2.1 deste TR, bem como à contratação de veículos e demais meios de divulgação necessários à transmissão das mensagens publicitárias, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680/1965 e do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

1.6.1. É vedada a subcontratação integral do objeto, bem como a subcontratação de outra agência de propaganda para execução dos serviços previstos no item 1 deste TR, sendo a agência contratada **integralmente responsável** pela supervisão, coordenação e qualidade da execução..

1.7. Este contrato vincula-se ao Edital de CONCORRÊNCIA Nº 3.2025-001GABIN, seus anexos e à proposta comercial apresentada pela CONTRATADA para o referido processo licitatório.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO VALOR DO CONTRATO E DO REAJUSTE

2.1. O valor deste contrato é de R\$.....(.....).

2.2. 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.

2.3. É impossível haver cláusula de reajuste, pois não haveria solução que abarcasse uniformemente cada tipo de pagamento possível na contratação r.

2.4. Além disso, por existir atrelamento a formas de pagamento diversas, torna-se mais fácil seguir o reajuste de mercado, determinados pelos fornecedores, como é o caso percentual de pagamento da tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Pará - SINAPRO/PA, na qual o reajuste seguirá a tabela do SINAPRO/PA vigente a cada ano.

CLÁUSULA TERCEIRA - LOCAL E PRAZO PARA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

3.1. O prazo para início da prestação dos serviços será de até 10 (dez) dias corridos, contados a partir do recebimento da ordem de serviço, e, durante toda a vigência do contrato, a empresa contratada deverá cumprir o que está descrito na especificação constantes neste Termo de Referência e seus anexos.

3.2. A agência a ser contratada deverá ter uma base de apoio localizada no município de Parauapebas-PA.

3.3. A agência a ser contratada deverá indicar 01 (um) responsável, que responderá também perante a Administração por todos os atos e comunicações formais.

CLÁUSULA QUARTA - DO AMPARO LEGAL

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



4.1. A lavratura do presente contrato decorre da realização da licitação na modalidade CONCORRÊNCIA Nº 3.2025-001GABIN.

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 14.133, de 2021, e modificações posteriores.

4.3. Os serviços serão adjudicados em favor da CONTRATADA, conforme despacho exarado no processo licitatório Nº 3.2025-001GABIN, na modalidade CONCORRÊNCIA, tomando como base o disposto na Lei nº 14.133/2021.

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. 96, § 1º, da Lei 14.133/2021, 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 da Lei nº 14.133/2021.

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:

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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.

5.6. 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.

5.7. 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.

CLÁUSULA SEXTA - DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

6.1. A execução do Contrato, bem como os casos nele omissos, regular-se-ão pelas cláusulas contratuais e pelos preceitos de direito público, aplicando-se lhes, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições de direito privado, na forma do artigo 115 ao art. 123 da Lei n.º 14.133/2021

6.2. As especificações técnicas descritivas foram obtidas através de estudos realizados pelo setor competente da contratante, visando unicamente à qualidade dos produtos a serem adquiridos e encontram-se detalhadas no Termo de Referência.

6.3. A contratada deverá também executar as seguintes atribuições:

6.3.1. Realizar o planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos do público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e as ações publicitárias ou ainda sobre os resultados das campanhas realizadas;

6.4. É vedado à pretensa contratada a inclusão nas pesquisas e avaliação 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. A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

6.4.1. Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

6.4.2. Elaborar programas de comunicação institucional;

6.4.3. Assessorar no desenvolvimento de produtos e serviços;

6.4.4. Elaborar marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de programação visual;

6.4.5. Realizar demais iniciativas no campo da informação, da divulgação, da publicidade e da propaganda;

6.4.6. Elaborar o planejamento de estratégias que possibilitem estimular parcerias com a iniciativa privada, visando projetos que venham a beneficiar o município.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



6.5. A ASCOM definirá e estabelecerá os tipos e a natureza das campanhas publicitárias a serem executadas mediante a entrega de briefing à contratada.

6.6. Os serviços poderão ser iniciados mediante o reconhecimento, pela proponente vencedora, da ordem de serviço especificada de cada campanha, com a devida aprovação da proposta de trabalho e do orçamento apresentado à ASCOM.

6.7. A ordem de serviço deverá conter a natureza dos serviços a serem prestados, prazos de execução e/ou entrega, assim como os valores totais, acompanhada das competentes notas de empenho das despesas.

6.8. É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, os quais deverão ser contratados através de processo licitatório próprios, obedecendo a legislação vigente.

6.9. Na execução do contrato será observado o disposto no art. 73, VI, "b", da Lei 9.504/97.

6.10. Os serviços serão prestados conforme necessidade da ASCOM, de acordo com o planejamento institucional para as campanhas publicitárias.

6.10.1. A execução dos serviços será remunerada:

a) Pelo desconto de 20% (vinte por cento) (ver art. 14 e 15, do Decreto 57.690/66) concedido pelos veículos de comunicação sobre seus preços, na forma do disposto no subitem 2.5.1 das normas padrão do CENP, incorporados ao sistema legal por força do art. 7º do Decreto 57.690/66, fixados como estímulo à agência;

b) Pelos custos de criação e produção, decorrentes dos trabalhos de produção e serviços internos executados pela agência de propaganda, e pelos honorários cobrados sobre os serviços prestados por terceiros, conforme o contido na Proposta de Preços apresentada pela pretendente contratada.

6.11. Os serviços terão caráter educativo, informativo, de orientação e mobilização social, nos termos do § 1º, do art. 37, da Constituição Federal.

6.12. Todos os serviços a serem prestados terão seus Custos apresentados de forma detalhada para a ASCOM, sob a forma de orçamento. A execução dos serviços dependerá da prévia autorização por escrito da ASCOM nos referidos orçamentos se houver prestação de serviços por terceiros, órgãos de veiculação. Os valores referentes a cada um destes terceiros serão apresentados destacadamente nos orçamentos.

6.13. A ASCOM poderá intervir nas negociações e nos percentuais de preços, no intuito de obter menor preço e maior desconto junto veículos de comunicação, fornecedores, cachês e outros.

6.14. Os serviços não previstos na tabela SINAPRO/PA vigente serão remunerados de acordo com o preço de mercado, demonstrado através de, no mínimo, 03 (três) orçamentos obtidos de empresas do ramo.

6.15. A ASCOM deverá assegurar que os serviços prestados pela contratada atendam aos padrões de qualidade e estejam em conformidade com os requisitos estabelecidos, sendo realizado um acompanhamento contínuo e formal da execução do contrato. Esse acompanhamento será realizado por

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



meio da emissão de relatórios periódicos que permitirão avaliar o desempenho da agência, monitorar o cumprimento das metas e garantir a transparência na gestão do contrato.

6.16. A agência a ser contratada é responsável pelos atos e atitudes de seus profissionais, decorrentes da inobservância dos procedimentos de Segurança e Meio Ambiente; sua responsabilidade significa também a obrigação de interromper qualquer atividade ou postura que represente risco imediato à Segurança e Saúde das pessoas e que possa causar qualquer impacto (dano) ao Meio Ambiente, além de responsabilidades por danos a terceiros e/ou seus bens e ou qualquer outro dano em ambiente do Município.

CLÁUSULA SÉTIMA - DA VIGÊNCIA E EFICÁCIA DO CONTRATO

7.1. O presente Contrato terá duração de 60 (sessenta) 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. 107, da Lei n.º 14.133/2021.

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

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

8.1.2. 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;

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

8.1.4. Proporcionar condições para a boa execução 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.

CLÁUSULA NONA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

9.1. Responder, em relação aos seus empregados, por todas as despesas decorrentes dos serviços, tais como:

a) salários;

b) seguros de acidentes;

c) taxas, impostos e contribuições;

d) indenizações;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



- e) vale-refeição;
- f) vale-transporte; e
- g) outras que porventura venham a ser criadas e exigidas pelo Governo.

9.1.1. A Contratada será responsável por quaisquer danos causados diretamente ao Contratante ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do objeto da contratação;

9.1.2. A CONTRATADA será responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, resultantes da execução do contrato;

9.1.3. A CONTRATADA deverá manter, durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas por lei e no Termo de Referência;

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

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

9.2.1. 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.

9.2.2. 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.

9.2.3. 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.

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

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

9.2.6. 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.

9.2.7. 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.

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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



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

9.2.10. 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.

9.2.11. 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.

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

9.2.13. 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.

9.2.14. 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.

9.2.15. 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.

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

9.2.17. 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.

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

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

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

9.2.21. 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.

9.2.22. 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.

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

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



9.2.24. 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.

9.2.25. 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).

9.2.26. 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.

9.2.27. 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.

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

9.3. Adotar, no que couber, boas práticas de sustentabilidade, visando a otimização de recursos, redução de desperdícios, menor poluição, racionalização do uso de substâncias tóxicas ou poluentes, promover a reciclagem e/ou destinação adequada dos resíduos gerados nas atividades pertinentes a execução do contrato, e realizar a separação dos resíduos recicláveis descartados e a coleta seletiva dos materiais para reciclagem, quando for o caso.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS OBRIGAÇÕES SOCIAIS, COMERCIAIS E FISCAIS

10.1. À CONTRATADA caberá, ainda:

10.1.1. 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 a CONTRATANTE;

10.1.2. Assumir, também, a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação 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 à execução dos serviços, originariamente ou vinculada por prevenção, conexão ou continência;

10.1.4. Assumir, ainda, a responsabilidade pelos encargos fiscais e comerciais resultantes da execução deste contrato.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



10.2. 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 deste contrato, razão pela qual CONTRATADA renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, com a CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS OBRIGAÇÕES GERAIS

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA REMUNERAÇÃO E DESCONTO

12.1. Conforme proposta apresentada, 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 o custo de produção realizado 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 ou suprimento.

12.1.4. 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.

12.2. 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.

12.3. 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.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

13.1. A Assessoria de Comunicação- ASCOM designará um servidor para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, anotando em registro próprio todas as ocorrências relacionadas ao fornecimento e determinando o que for necessário à regularização de falhas ou defeitos observados.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



13.2. O acompanhamento e a fiscalização da execução do contrato consistem na verificação da conformidade do fornecimento, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do contrato, devendo o servidor designado sugerir melhorias, reclamar e comunicar-se diretamente com a CONTRATADA, bem como encaminhar providências referentes à execução do contrato.

13.3. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput), conforme termos de nomeação em conformidade com os artigos 23 a 26 do Decreto Municipal nº 375 de 5 de março de 2024.

13.4. A fiscalização do Contrato será realizada pelos servidores:

Marcilene Sousa Matos - titular

Ozeias de Jesus Pereira - suplente

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DIREITOS AUTORAIS

14.1. A CONTRATADA cede a CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

14.2. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas neste Termo de Referência.

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

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

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:

14.6. 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.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DO RECEBIMENTO DO OBJETO

15.1. Os serviços serão prestados conforme necessidade da Ascom, de acordo com o planejamento institucional para as campanhas publicitárias.

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.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DA DESPESA

17.1. As despesas decorrentes da execução dos serviços, objeto deste Edital, correrão à conta da dotação orçamentária Exercício 2025, Classificação Institucional: 0201, Classificação Funcional: 04 131 4003 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.

18.2. No caso de a(s) nota(s) fiscal(is) ser(em) emitida(s) e entregue(s) à Assessoria de Comunicação - ASCOM, em data posterior à indicada no item anterior será imputado à contratada o pagamento dos eventuais encargos moratórios decorrentes.

18.3. 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 Assessoria de Comunicação - ASCOM

18.4. 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 as condições da proposta adjudicada e da ordem de serviço emitida.

18.5. As medições realizadas somente serão consideradas em condições de ser faturada pela contratada e aprovadas pela Assessoria de Comunicação - ASCOM, após os ajustes necessários das rejeições, caso houver, apontadas pela Fiscalização. Estas deverão vir acompanhadas das certidões de regularidade fiscal e trabalhista da contratada.

18.6. A Fiscalização da Assessoria de Comunicação - ASCOM somente atestará a execução dos serviços e liberará a nota fiscal para pagamento, quando cumpridas, pela contratada, todas as condições pactuadas e aprovadas.

18.7. A Assessoria de Comunicação - ASCOM reserva-se o direito de recusar o pagamento se, no ato da atestação, os serviços executados não estiverem em perfeitas condições de uso ou em desacordo com as especificações apresentadas e aceitas.

18.8. Não será efetuado qualquer pagamento à contratada enquanto perdurar pendência de liquidação de obrigações em virtude de penalidades ou inadimplência contratual, sem que isso gere direito à alteração dos preços ou de compensação financeira por atraso de pagamento.

18.9. A Prefeitura Municipal de Parauapebas poderá deduzir do montante a pagar os valores correspondentes a multas ou indenizações devidas pela contratada, nos termos desta dispensa.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



18.10. A Prefeitura Municipal de Parauapebas pagará a (s) nota(s) fiscal (is) somente à contratada, vedada sua negociação com terceiros ou sua colocação em cobrança bancária.

18.11. 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.

18.12. 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 compensação 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 = Índice de compensação financeira = 0,0001644, assim apurado:

$$I = (TX) / 365 \Rightarrow I = (6/100)/365 \Rightarrow I = 0,0001644$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%.

18.12.1. Em caso de atraso no pagamento por parte da Prefeitura Municipal de Parauapebas, o valor do montante será atualizado financeiramente, de acordo com o Índice Nacional de Preços ao Consumidor – INPC (IBGE), desde a data do seu vencimento até o dia do efetivo pagamento, bem como incidirá multa de 2% (dois por cento) sobre o valor da fatura e juros de mora de 0,033% (trinta e três milésimos por cento) ao dia de atraso e serão pagas por meio de crédito em conta corrente, conforme as regras contidas no item anterior, mediante Ordem Financeira e apresentação de nota de débito ou fatura.

18.13. A compensação financeira prevista nesta condição 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 deste Edital e do contrato.

18.14. A CONTRATADA autoriza, expressamente, retenção de pagamentos devidos em valores correspondentes às obrigações trabalhistas inadimplidas pela CONTRATADA, incluindo salário e demais verbas trabalhistas, previdência social e FGTS, concernentes aos empregados dedicados à execução do contrato, e em decorrência de propositura de ações trabalhistas, em conformidade ao entendimento previsto no Acordão 3301/2015 - Plenário - TCU. Assim como a realização de pagamentos de salários e demais verbas trabalhistas diretamente aos empregados da CONTRATADA, bem assim das contribuições previdenciárias e do FGTS, quando a estes não forem adimplidos.

18.15. Autoriza também, depositar os valores retidos cautelarmente junto à Justiça do Trabalho, com o objetivo de serem utilizados exclusivamente no pagamento dos salários e das demais verbas trabalhistas, bem como das contribuições sociais e FGTS, quando não possível a realização desses pagamentos pela própria Administração, dentre outras razões, por falta da documentação pertinente, tais como folha de pagamento, rescisões dos contratos e guias de recolhimento.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



18.16. O pagamento será realizado conforme a ordem cronológica de pagamentos do Município, em até 30 (trinta) dias contado após a emissão e protocolo da nota fiscal, com o aceite do fiscal, observadas as condições de recebimento provisória ou definitiva.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

19.1. O presente contrato poderá ser alterado, nos termos previstos na Lei Federal nº 14.133/21, desde que haja interesse da Administração, com a apresentação das devidas justificativas.

19.2. A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões que se fizerem nos serviços, objeto deste Termo de Referência, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor do seu respectivo contrato atualizado.

CLÁUSULA VIGÉSIMA - DA PUBLICAÇÃO

20.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA - DA PROTEÇÃO E INFORMAÇÃO DE DADOS – LGPD

21.1. A CONTRATADA obriga-se ao dever de proteção, confidencialidade e sigilo de toda informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenham acesso, inclusive em razão do fornecimento ou da operação dos programas/sistemas, nos termos da Lei nº 13.709/2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, determinação de órgãos reguladores e/ou fiscalizadores, durante o cumprimento do objeto descrito no presente TR e posterior Contrato.

21.2. Tanto a CONTRATANTE COMO A CONTRATADA deverão fornecer e solicitar umas às outras apenas os dados estritamente necessários ao cumprimento do presente, devendo ser realizado o tratamento adequado das informações a que tiver acesso.

21.3. Os dados pessoais aos quais a CONTRATADA tiver acesso em razão da execução do contrato não poderão ser revelados ou compartilhados com terceiros, seja mediante a distribuição de cópias, resumos, compilações, extratos, análises, estudos, encaminhamentos ou outros meios que reflitam as referidas informações, ressalvados os casos em que houver prévia autorização por escrito da Prefeitura Municipal de Parauapebas.

21.4. A CONTRATANTE e a CONTRATADA deverão implementar e manter medidas técnicas/administrativas suficientes para garantir a segurança, a proteção, a confidencialidade, o sigilo de toda informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenham acesso, evitando os acessos não autorizados, acidentes, vazamento accidentais ou ilícitos que causem destruição, perdas, alterações, comunicação ou qualquer outra forma de tratamento não autorizado.

21.5. A CONTRATANTE e a CONTRATADA deverão manter sigilo sobre os dados pessoais de empregados, colaboradores, servidores ou qualquer pessoa física aos quais eventualmente tenham acesso, respeitando todos os protocolos exigidos pela Lei Federal nº 13.709/2018, bem como legislação complementar e orientações emitidas pelas ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados).

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



21.6. A CONTRATANTE e a CONTRATADA cooperarão entre si no cumprimento das obrigações referentes ao exercício dos direitos dos titulares previstos na LGPD e demais normas de proteção de dados, bem como no atendimento de requisições e determinações do Poder Judiciário, Ministério Público e órgãos de controle administrativo, naquilo que couber.

21.7. A CONTRATANTE e a CONTRATADA notificarão formalmente umas às outras, e imediatamente, a respeito de qualquer ocorrência relativa a eventual descumprimento das disposições relativas à proteção de dados pessoais que tenham relação com o objeto do presente contrato, promovendo todas as ações necessárias à solução dos problemas que venham ser causados por seus empregados e/ou colaboradores.

21.8. Considera-se ocorrência qualquer incidente que implique em violação ou risco de violação de dados pessoais, relativo a acesso, coleta, armazenamento, tratamento, compartilhamento e eliminação de dados, que possa gerar eventuais prejuízos aos titulares e/ou questionamento das autoridades competente.

21.9. Eventuais responsabilidades da CONTRATANTE e da CONTRATADA serão apuradas conforme estabelecido neste TR e também de acordo com o que dispõe a legislação aplicável, observado o contraditório e a ampla defesa.

21.10. Em caso de ocorrência de prejuízo aos titulares de dados e/ou às partes decorrentes da nãoobservância nas normas constantes neste termo, a parte que der causa ao prejuízo se obriga a indenizar a outra pelos danos sofridos, sejam eles de natureza patrimonial ou extrapatrimonial, sem prejuízo das sanções penais cabíveis, respeitando o contraditório e ampla defesa.

21.11. O dever de sigilo e confidencialidade, e as demais obrigações descritas neste TR, permanecerão em mesmo vigor após a extinção das relações contratuais/editalícias.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA - DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES APlicáveis

- a) Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa;
- b) deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo/a pregoeiro/a durante o certame;
- c) Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando;
- d) não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;
- e) recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;
- f) pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou
- g) deixar de apresentar amostra;
- h) apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;
- i) não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- j) recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;
- k) apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;
- l) fraudar a licitação;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



- m) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:
- n) agir em conluio ou em desconformidade com a lei;
- o) induzir deliberadamente a erro no julgamento;
- p) apresentar amostra falsificada ou deteriorada;
- q) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- r) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

22.1. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

- a) multa;
- b) impedimento de licitar e contratar e
- c) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

22.1.1. Na aplicação das sanções serão considerados;

22.1.2. A natureza e a gravidade da infração cometida;

22.1.3. As peculiaridades do caso concreto;

22.1.4. As circunstâncias agravantes ou atenuantes;

22.1.5. Os danos que dela provierem para a Administração Pública.

22.2. A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

22.2.2. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, a contar da comunicação oficial.

22.2.3. Para as infrações previstas nos itens, b), d) e i), a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

22.2.4. Para as infrações previstas nos itens, k), l), m), q) e r), a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

22.2.5. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

22.2.6. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



22.3. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens b), c) e i) , quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

22.4. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens k), l), m), q) e r), bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens b), d) e i) que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.

22.5. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item i) , caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do art. 45, §4º da IN SEGES/ME n.º 73, de 2022.

22.6. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

22.7. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

22.8. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

22.9. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

22.10. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA - DA EXTINÇÃO DO CONTRATO

23.1. São motivos de extinção do contrato, aqueles previstos no art. 137 da Lei Federal nº 14.133/2021 e suas alterações posteriores.

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA - DAS CONSIDERAÇÕES ESPECÍFICAS

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



24.1. As dúvidas e/ou omissões, porventura existentes nas especificações constantes do Edital da CONCORRÊNCIA Nº 3.2025-001GABIN, e deste contrato serão resolvidas pela CONTRATANTE.

24.2. 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.

24.3. 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 QUINTA - DA PUBLICAÇÃO

25.1. Incumbirá ao CONTRATANTE divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei nº 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEXTA - DA GARANTIA

26.1. 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. 96, § 1º, da Lei 14.133/2021, à escolha da licitante vencedora:

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

26.2. 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 art. 100 da Lei nº 14.133/2021.

26.3. 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.

26.4. 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;

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



- 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.

26.5. 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.

26.6. 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.

26.7. 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.

CLAUSULA VIGÉSIMA SÉTIMA - DO REAJUSTE DE PREÇOS

27.1. Em caso de prorrogação do prazo de fornecimento do(s) produto(s) ou serviço(s), devidamente justificada e autorizada, que resulte o contrato em período superior a 12 (doze) meses, poderá ser concedido reajustamento de preços, com base na variação efetiva, do período, aplicando-se o índice INCC - Índice Nacional do Custo de Construção, com data base referente a apresentação da proposta da licitante.

27.2. Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, devidamente justificado e concordado entre as partes, será adotado, em substituição, o que vier a ser determinado pela legislação então em vigor.

27.3. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

27.4. O reajuste será realizado por apostilamento.

CLAUSULA VIGÉSIMA OITAVA - DA SUBCONTRATAÇÃO

28.1. Será permitida a subcontratação por intermédio das agências de propaganda contratadas para obter os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realizar a

Horário de atendimento ao público: (Das 08:00h as 14:00h)

Endereço: (Beira Rio I, Rua Rio Dourado, s/n, (SEMOB))

E-mail: (licitacaopmp.clc@gmail.com)

E-mail: (licitacao@parauapebas.pa.gov.br)



distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010.

28.2. Entretanto, as agências **não poderão subcontratar outra agência** de propaganda para execução de serviços de publicidade da mesma natureza da contratada.

CLÁUSULA VIGÉSIMA NONA - DO FORO

29.1. 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.

29.2. 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 ____.

JOELMA DE MOURA Assinado de forma digital
LEITE:82895015368 por JOELMA DE MOURA
LEITE:82895015368

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. _____