

**Tomada de Preço nº 001/2023 - CMC**  
**Processo Administrativo nº 31.01.2023.001/DA**

**OBJETO:** Contratação de Agência de Propaganda para Prestação de Serviços de Publicidade, conforme especificações e condições constantes no Termo de Referência – Anexo I Do Edital.

**TIPO DE LICITAÇÃO:** “Técnica e Preço”.

**MODALIDADE:** Tomada de Preços

**EDITAL**

**1. DA CONVOCAÇÃO**

**1.1 A CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL – CMC**, inscrita no CNPJ sob o n.º 05.111.372/0001-09, por meio da Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria n.º 002/2023-DA, de 02 de janeiro de 2023, tendo em vista o que consta do Processo Administrativo n.º 31.01.2023.001/DA, torna público, para conhecimento dos interessados, que fará realizar licitação na modalidade **TOMADA DE PREÇOS**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a contratação de uma agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, na elaboração de projetos e campanhas para esta Casa de Leis.

**1.2** Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, empreitada por preço global, nos termos da Lei Federal n.º 12.232, de 29 de abril de 2010; segundo disposições da legislação vigente, em especial o artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil, além das disposições da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, alterada pela Lei Complementar n.º 147, de 07 de agosto de 2014; Lei Federal n.º 4.680, de 18 de junho de 1965 e Decreto Federal n.º 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, parcialmente alterado pelo Decreto n.º 4.563, de 31 de dezembro de 2002; Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, atualizada pelas leis: n.º 8.883, de 08 de junho de 1994, n.º 9.032, de 28 de abril de 1995, n.º 9.648, de 27 de maio de 1998, n.º 9.854, de 27 de outubro de 1999, bem como pelas condições e exigências contidas neste Edital e seus anexos. O contrato decorrente desta licitação deverá, obrigatoriamente, ser assinado digitalmente, através do certificado digital pessoa jurídica.

**1.3** Os Envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços, serão recebidos na abertura da reunião de licitação, a ocorrer:

**Data de Abertura: 11 de agosto de 2023.**

**Horário: 09h30min**

**Local: Prédio da Câmara Municipal de Castanhal**

**Endereço: Rua Ilson Santos nº 450, bairro Nova Olinda, CEP 68.742-190 /  
Castanhal/PA.**

- 1.4 Não havendo expediente na data acima, fica a licitação automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, na mesma hora e no mesmo local.
- 1.5 Constituem anexos deste edital e dele fazem parte integrante, independente de transcrições, os seguintes anexos:
- 1.5.1 Anexo I – Termo de Referência;
  - 1.5.2 Anexo II – Modelo de Declaração de Porte da Empresa;
  - 1.5.3 Anexo III – Modelo de Declaração ao Não Emprego a Menor;
  - 1.5.4 Anexo IV – Carta de Credenciamento (Procuração);
  - 1.5.5 Anexo V – Modelo de Proposta de Preço;
  - 1.5.6 Anexo VI – Minuta do Contrato;
  - 1.5.7 Anexo VII – Modelo de Declaração de Não Parentesco;
  - 1.5.8 Anexo VIII – Modelo de Declaração de Habilitação;
  - 1.5.9 Anexo IX – Modelo de Declaração de Superveniência;
  - 1.5.10 Anexo X – BRIEFING.

## **2. DO OBJETO**

- 2.1 A presente licitação tem por objeto a Contratação de Agência de Propaganda para prestação de serviços de publicidade, conforme especificações e condições constantes no Termo de Referência - Anexo I deste Edital.
- 2.1.1 Compreende 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.
- 2.1.2 Também integram o objeto desta Tomada de Preços, como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

- I) ao planejamento e à execução de pesquisas e 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 resultados das campanhas realizadas, respeitando o disposto no art. 3º da Lei n.º 12.232/2010;
- 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 desenvolvidas.

**2.1.3** As pesquisas e avaliações previstas na alínea “I” do subitem **2.1.2** do Item **2** terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Castanhal, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação;
- c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato. 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.

**2.2** O serviço descrito no item **2** refere-se a matérias institucionais e administrativas da Câmara Municipal de Castanhal de cunho informativo, educativo e de orientação social, mediante veiculação em jornais, revistas, emissoras de rádio AM e FM, televisão, internet e outros meios de comunicação, conforme o art. 37, § 1º, da Constituição Federal, sendo vedado o custeio de publicidade que, direta ou indiretamente, caracterize promoção pessoal de servidores públicos ou agentes políticos.

**2.3** Não está incluído no objeto desta licitação as atividades 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 contratados por meio de procedimentos licitatórios próprios.

**2.3.1** Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 2.3 o – patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

**2.4** Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n.º 4.680/1965 e que tenham obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010.

**2.4.1** A agência atuará por ordem, conforme solicitação da Câmara Municipal de Castanhal, nos termos do art. 3º da Lei n.º 4.680/1965 c/c ao art. 2º da Lei n.º 12.232/2010, na contratação de:

- a)** fornecedores de bens e serviços especializados, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e demais serviços conexos, previstos nos itens 2.1 e 2.2.
- b)** veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaço publicitário, sem qualquer restrição de mídia.

### **3. DA RETIRADA DO EDITAL E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS**

**3.1** O Edital completo está à disposição dos interessados, na Câmara Municipal de Castanhal - Comissão Permanente de Licitação, nos dias úteis das 08h00min às 13h00min, sito à Rua Ilson Santos n.º 450, bairro Nova Olinda, CEP 68.742-190 / Castanhal/PA.

**3.1.1** **As empresas que fizerem download do Edital através da página da Internet da Câmara [www.camaradecastanhal.pa.gov.br](http://www.camaradecastanhal.pa.gov.br) DEVERÃO enviar e-mail para o endereço [camaracast.licitacao@gmail.com](mailto:camaracast.licitacao@gmail.com) com os dados da empresa (razão social, endereço, CNPJ / MF, fone, e-mail e pessoa de contato). O não envio dos dados ou envio com dados incorretos exige a Comissão Permanente de Licitação da comunicação de eventuais retificações ocorridas no instrumento convocatório, bem como de quaisquer informações adicionais.**

**3.2** Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivos para que se altere a data e o horário do Certame da Licitação.

**3.3** A solicitação de esclarecimento não deve utilizar termos que possam propiciar a identificação da proposta da licitante perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária – invólucro n.º 1.

**3.4** A Câmara Municipal de Castanhal dará conhecimento das consultas e respectivas repostas, sem informar a identidade da licitante consulente, exclusivamente por meio da internet, no endereço <https://camaradecastanhal.pa.gov.br/>

- 3.5 Cabe à licitante interessada acessar o referido endereço para conhecer as consultas e as respectivas respostas.
- 3.6 As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta serão comunicadas aos interessados que o retiraram e divulgadas pela mesma forma que se deu texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.

#### 4. DOS QUESTIONAMENTOS E IMPUGNAÇÃO

- 4.1 Questionamentos poderão ser encaminhados à Câmara, por escrito aos cuidados da Comissão Permanente de Licitação, por intermédio do e-mail **camaracast.licitacao@gmail.com**
- 4.2 Só terão validade os esclarecimentos sobre o conteúdo deste Edital que forem prestados, por escrito, pela Comissão Permanente de Licitação.
- 4.3 Este Edital poderá ser impugnado, no todo ou em parte, em até 05 (cinco) dias úteis por qualquer cidadão, e em até 02 (dois) dias úteis pelo licitante, antes da data fixada para a abertura desta licitação.
- 4.3.1 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão, o licitante que não se manifestar até às 13h00min, dois dias úteis anteriores a data da apresentação das propostas apontando as falhas ou irregularidades que o viciaram;
- 4.3.2 As impugnações deverão ser dirigidas à Comissão Permanente de Licitação, devendo ser feitas por escrito e protocoladas, de segunda a sexta feira, das 08h00min às 13h00min, no serviço de Protocolo da Câmara municipal de Castanhal;
- 4.3.3 Não impugnado o ato convocatório, precluirá toda a matéria nele constante.

#### 5. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

- 5.1 Poderá participar desta Tomada de Preços a licitante que atender às condições deste Edital e apresentar todos os documentos nele exigidos, bem como, esteja certificada pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, com seu Certificado de Qualificação Técnica em vigor, em atendimento a Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, art. 4º e seu § 1º.
- 5.2 Poderão participar deste procedimento licitatório todas as empresas do ramo cadastradas junto ao Cadastro de Fornecedores da Câmara Municipal de Castanhal, bem como aquelas que apresentarem a documentação necessária para o cadastramento até o 3º (terceiro) dia anterior à data da abertura da licitação como estabelece o artigo 22, § 2º, da Lei n.º 8.666/93.

**5.3 A participação nesta licitação implica para a licitante:**

- a) A aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Edital e dos seus Anexos;
- b) A confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;
- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- d) A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação;

**5.4 Não poderão participar da licitação empresas:**

- a) Cujo figure entre seus diretores, sócios ou responsáveis técnicos, servidor ou dirigente de órgão da administração pública municipal (Art. 9º, inciso III da Lei Federal nº 8.666/1993; Acórdão nº 2.105/2008 - Plenário TCU e Recurso Extraordinário nº 423.560/2012 – Supremo Tribunal Federal), apresentando declaração conforme o Anexo VIII;
- b) Estejam suspensas de licitar e impedidas de contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública, seja na esfera federal, estadual, do Distrito Federal ou municipal, nos termos do artigo 87, inciso III, da Lei Federal nº 8.666/1993;
- c) Declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurar o motivo determinante da punição ou até que seja promovida a reabilitação;
- d) Que se encontrem sob falência decretada, concordata/recuperação judicial e extrajudicial, concurso de credores, dissolução ou liquidação.

**5.5 Não será permitido:**

- a) A participação de consórcio de empresas;
- b) A participação de licitante com mais de uma proposta;
- c) Empresas que apresentem patrimônio líquido negativo;
- d) A participação de agências integrantes de um mesmo grupo, assim entendidas, para efeito deste edital, aquelas que tenham diretores e sócios em comum.

**5.6** A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos neste Edital, independentemente da condução ou do resultado da licitação.

**5.7** A participação nesta licitação implica na aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos, bem como, a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

- 5.8** A licitante poderá fazer-se representar em todas as fases desta licitação.
- 5.9** Para se manifestar nas fases do procedimento licitatório, as licitantes poderão credenciar representante, conforme item 9 deste Edital, que poderá intervir no procedimento licitatório e responder por todos os atos e efeitos previstos neste Edital, em nome da representada.
- 5.10** O não credenciamento de representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela licitante, sem prejuízo do seu direito de oferecimento dos documentos exigidos neste Edital.

## **6. DA VIGÊNCIA CONTRATUAL**

- 6.1** O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura, podendo ser prorrogado, na forma do art. 57, inc. II, da Lei Federal n.º 8.666/93 e alterações subsequentes.

## **7. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E DO VALOR ESTIMADO**

- 7.1** Os recursos orçamentários para o custeio dos serviços objeto deste Contrato correrão por conta da seguinte dotação orçamentária, consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Castanhal:

<b>Unidade Orçamentária</b>	<b>Descrição</b>
2.129 – Divulgação Oficial das Atividades do Poder Legislativo.	33.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiro Pessoa Jurídica. 3.3.90.39.90 – Serviços de Publicidade e Propaganda.

- 7.2** O valor estimado dos serviços para o período da contratação é de R\$ 408.000,00 (quatrocentos e oito mil reais), que deverão ser executados no prazo de 12 (doze) meses. A adoção deste valor tem por base a previsão de gastos com publicidade projetada a partir do exercício de 2023.
- 7.3** Conforme pesquisa efetuada pela CMC, a média percentual estimado mínima ficou em:
- a)** Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos (pela criação, desenvolvimento e produção interna) do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do

Pará, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante: **Média de 30 % (trinta por cento).**

**b)** Percentual de honorários incidente sobre os preços dos 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: **Média de 13,33 % (treze virgula trinta e três por cento).**

**c)** Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento: **Média de 10 % (dez por cento).**

**7.4** As estimativas de gastos descritos neste edital constituem mera previsão, não estando a CMC obrigada a executá-los totalmente ou, podendo ainda, fazer acréscimos, observando para isto o valor global de verba orçamentária disponível e as regras estabelecidas neste instrumento e nas legislações pertinentes, não cabendo a futura CONTRATADA o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

## **8. DA GARANTIA CONTRATUAL**

**8.1** A CONTRATADA deverá recolher, em nome da Câmara Municipal de Castanhal, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do Contrato, uma das garantias abaixo elencadas, previstas no art. 56, § 1º, I, II, III, da Lei n.º 8.666/93 - Licitações e Contratos Administrativos, correspondente a 2% (dois por cento) do valor anual do Contrato:

**8.1.1** Caução em dinheiro: A caução em dinheiro será efetuada junto à Agência e Conta Corrente da Câmara Municipal de Castanhal. Sobre a caução prestada em dinheiro incidirá tão somente, a atualização correspondente ao índice de variação do rendimento da caderneta de poupança, a contar da data do depósito até o seu efetivo levantamento.

**8.1.2** Fiança bancária: A fiança bancária será formalizada através de carta de fiança fornecida por instituição bancária e deverá estar registrada em cartório competente, e obrigatoriamente deverá conter:

- a)** Prazo de validade, que deverá corresponder ao prazo de vigência do Contrato;
- b)** Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado;
- c)** Expressa renúncia, pelo fiador, aos benefícios dos artigos 827 e 835 do Código Civil Brasileiro.



- 8.1.3 Seguro garantia:** O seguro garantia deverá atender aos requisitos da legislação aplicável, bem como a expressa renúncia, pelo fiador, aos benefícios dos artigos 827 e 835 do Código Civil Brasileiro.
- 8.2** O comprovante de recolhimento de qualquer das garantias, deverá ser apresentado à Câmara Municipal de Castanhal no prazo máximo de até 30 (trinta) dias após a assinatura do Contrato, sob pena de rescisão contratual, estando passível de aplicação da multa correspondente a 0,5% (meio por cento) do valor anual do Contrato e aplicação da penalidade de suspensão do direito de contratar com a Câmara Municipal de Castanhal por período de até 2 (dois) anos.
- 8.3** Em caso de prorrogação do prazo de vigência do Contrato que vier a ser firmado com a licitante vencedora, a garantia deverá ser renovada, mantendo - se o percentual de 2% (dois por cento) sobre o valor do Contrato. Ficam mantidas a aplicação das penalidades previstas no item 8.2 para os períodos de prorrogação, se não cumprida a obrigação da prestação da garantia.
- 8.4** Havendo revisão do valor contratado ou alteração que implique no aumento ou redução do quantitativo do objeto do contrato, o valor da garantia deverá ser proporcional ao aumento ou redução do quantitativo do mesmo.
- 8.5** A garantia depositada poderá, a critério da Câmara Municipal de Castanhal, ser utilizada para cobrir eventuais multas e/ou não cumprimento de obrigações contratuais assumidas pela CONTRATADA, somente depois de esgotados todas as garantias de direito de defesa da CONTRATADA.
- 8.6** Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de qualquer obrigação, inclusive indenização a terceiros, de forma que não mais represente 2% (dois por cento) do valor global estimado do Contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data em que foi notificada pela Câmara Municipal de Castanhal.
- 8.7** A garantia deverá ser integralizada sempre que dela for deduzido o valor da multa contratual ou valores relativos ao não cumprimento de obrigações contratuais assumidas.
- 8.8** A garantia escolhida pela empresa Contratada poderá ser substituída por outra no decorrer da execução do Contrato, com a anuência da Câmara Municipal de Castanhal, observadas as modalidades previstas no Edital.
- 8.9** A garantia prestada pela empresa Contratada será liberada em até 15 (quinze) dias após o término do Contrato, após os descontos devidos correspondentes a multas e obrigações contratuais não cumpridas.

## **9. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

- 9.1** No dia, hora e local designados para a abertura dos trabalhos, as licitantes deverão se apresentar para credenciamento junto a Comissão Permanente de Licitação através de um representante com poderes para tomar qualquer decisão e praticar todos os atos relativos ao procedimento licitatório em seu nome.
- 9.2** As empresas participantes poderão ser representadas no processo por seus titulares ou por representantes legais munidos de instrumento de mandato com poderes específicos para a prática de quaisquer atos do procedimento licitatório, inclusive o poder de interposição de recursos e desistência expressa aos mesmos.
- 9.3** Os documentos de CREDENCIAMENTO deverão ser apresentados separadamente, no momento do credenciamento, em uma das seguintes formas:
  - 9.3.1** Por instrumento público de procuração;
  - 9.3.2** Por procuração particular com reconhecimento de firma em cartório;
  - 9.3.3** Por Contrato Social, quando se tratar de representante legal.
- 9.4** A licitante que credenciar representante por meio de procuração particular com reconhecimento de firma em cartório, concedendo poderes para participar de licitações em geral, deverá apresentar cópia autenticada do ato constitutivo - estatuto ou contrato social em vigor (devidamente registrado, em se tratando de sociedades simples ou empresária), para verificação dos poderes do outorgante. No caso de sociedade por ações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores.
- 9.5** A licitante que credenciar o representante legal da empresa deverá apresentar cópia autenticada do ato constitutivo - estatuto ou contrato social em vigor (devidamente registrado, em se tratando de sociedades simples ou empresarial). No caso de sociedade por ações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores.
- 9.6** O representante da empresa deverá identificar-se com a apresentação do documento de identidade.
- 9.7** Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma licitante.
- 9.8** Todos os documentos (ato constitutivo) deverão estar acompanhados de todas as alterações ou de documento consolidado.
- 9.9** Na ocorrência dos documentos relativos ao credenciamento constarem dentro de algum Envelope, a Comissão Permanente de Licitação poderá devolver o envelope lacrado ao licitante para que o mesmo retire de dentro os respectivos documentos necessários, procedendo a novo lacramento.

- 9.10** Somente o representante devidamente credenciado poderá usar a palavra, apresentar manifestações e assinar atas, bem como renunciar o direito de interpor recurso.
- 9.11** A não apresentação ou incorreção do documento de que tratam os subitens anteriores não implicará na inabilitação da licitante, mas impedirá o credenciado de se manifestar e responder pela mesma.
- 9.12** Fica assegurado às licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos neste item, a indicação ou substituição do seu representante junto ao processo.

## 10. DA FORMA DE ENTREGA DOS ENVELOPES

**10.1** As licitantes deverão apresentar, no local, dia e hora marcados na convocação, os envelopes **n.º 01, n.º 02, n.º 03 e n.º 04**, assim denominados:

- a)** Envelope n.º 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA;
- b)** Envelope n.º 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA;
- c)** Envelope n.º 03 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, e;
- d)** Envelope n.º 04 – PROPOSTA DE PREÇOS.

**10.1.1** O Envelope do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, sem fechamento, sem rubricas e deverá conter em sua parte externa e frontal os seguintes dizeres:

**ENVELOPE N.º 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA  
VIA NÃO IDENTIFICADA  
CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL  
TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC**

**10.1.2** Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** que estiver acondicionado no Envelope padronizado que será fornecido, obrigatoriamente, pela Câmara Municipal de Castanhal, às licitantes que o solicite formalmente.

**10.1.3** O Envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada, nos dias úteis, no horário das 08h00min às 13h00min, no Setor de Licitações, na sede da Câmara Municipal de Castanhal.

**10.1.4** Para preservar, até a abertura do Envelope n.º 02, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o envelope n.º 01 não poderá:

- a) Ter qualquer identificação;
- b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante;
- d) Deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

## **10.2 ENVELOPE n.º 02**

**10.2.1** No Envelope n.º 02 deverá estar acondicionado o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – Via Identificada, de que trata o subitem 11.2.

**10.2.2** O envelope do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – Via Identificada, devidamente fechado e rubricado no fecho, deverá conter em sua parte externa e frontal os seguintes dizeres:

**ENVELOPE N.º 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA  
VIA IDENTIFICADA  
CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL  
TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC  
(Razão social da empresa licitante)  
(Endereço, telefone e e-mail da empresa licitante)**

**10.2.3** O Envelope n.º 02 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.

## **10.3 ENVELOPE n.º 03**

**10.3.1** No Envelope n.º 03 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.3 a 11.5.

**10.3.2** Envelope da CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, devidamente fechado e rubricado no fecho, deverá conter em sua parte externa e frontal os seguintes dizeres:

**ENVELOPE N.º 03 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E  
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL  
TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC  
(Razão social da empresa licitante)  
(Endereço, telefone e e-mail da empresa licitante)**

**10.3.3** O Envelope n.º 03 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 n.º 02.

**10.3.4** O Envelope n.º 03 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.

#### **10.4 ENVELOPE n.º 04**

**10.4.1** O envelope da PROPOSTA DE PREÇOS, devidamente fechado e rubricado no fecho, deverá conter em sua parte externa e frontal os seguintes dizeres:

**ENVELOPE N.º 04 – PROPOSTA DE PREÇOS  
CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL  
TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC  
(Razão social da empresa licitante)  
(Endereço, telefone e e-mail da empresa licitante)**

**10.4.1** O Envelope n.º 04 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.

## **11. REQUISITOS DA PROPOSTA TÉCNICA**

11.1 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 e com os subquesitos a seguir:

### **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.**

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

### **I. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

11.2 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 conforme o **Anexo XI** e nas orientações do Edital e seus anexos, observadas as seguintes disposições:

- a) Formatação realizada conforme subitem **11.2.1.5**;
- b) Elaboração em **02 (duas) vias**, quais sejam:
  - b.1) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;
    - b.1.1) será vedada a aposição, a qualquer parte da VIA NÃO IDENTIFICADA do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do Envelope da Via Identificada;
    - b.1.2) o Envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido pela Câmara Municipal de Castanhal, sem nenhum tipo de identificação;

b.1.3) O Envelope padronizado com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só será recebido pela comissão permanente de licitação se não apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante;

b.2) Plano de Comunicação Publicitária Via Identificada.

b.2.1) 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;

#### 11.2.1 Subquestos:

11.2.1.1 **Raciocínio Básico:** composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Câmara Municipal de Castanhal, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

11.2.1.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária:** constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expresso no briefing 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.

11.2.1.3 **Ideia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos digitados, limitados a um para cada tipo de peça, em número máximo de 05 (cinco) anexos, podendo ser anexados “layouts”, “storyboards”, “textos de rádio” etc.;

11.2.1.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia** constituída de:

a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público alvo, apresentados sob a forma de texto, permitida a inclusão de tabelas (não superior a cinco);

c) Utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, acompanhado da devida justificção e da inclusão de tabelas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos;

d) Simulação de plano de distribuição das peças de que trata a alínea “ideia criativa”, acompanhada de memória, no tamanho máximo de uma lauda, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas.

**11.2.1.5 Formatação do Plano de Comunicação Publicitária:** O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

a) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;

b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;

c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;

d) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

e) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) Espaçamento “simples” entre linhas e “duplo” após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) Alinhamento justificado do texto;

h) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos” ;

i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, centralizado no final da página.

11.2.1.5.1 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou material prevista no subitem de Ideia Criativa 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 subquestos.

11.2.1.5.2 Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

11.2.1.5.3 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquestos Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 11.2.1.3.

11.2.1.5.4 As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter seu conteúdo editado com a fonte “Arial”, tamanho “10 pontos” ;
- c) Ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) duas páginas.

11.2.1.5.5 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e não Mídia poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica; c) Ser apresentados em papel A3 dobrado.

## II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

11.3 **Capacidade de Atendimento:** tanto geral, considerando-se a totalidade dos setores do licitante, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito. Esse tópico, a ser abordado sob a forma de textos sem anexos, deve incluir:

a) Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação;

a.1) a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

a.2) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por

profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do CONTRATANTE.

- b) Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação.
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- d) a discriminação 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 CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

### **III. REPERTÓRIO**

11.4 O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, na seguinte forma:

- a) um pen drive contendo até 05 (cinco) comerciais para televisão;
- b) um pen drive contendo até 05 (cinco) spots e/ou jingles para rádio;
- c) um conjunto de até 05 (cinco) anúncios destinados à mídia impressa;

11.4.1 Cada trabalho apresentado no REPERTÓRIO deverá, obrigatoriamente, conter título, data ou período de veiculação e indicação das praças que o exibiram.

11.4.2 Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da Câmara Municipal de Castanhal.

11.4.3 Com exceção daquele(s) apresentado pela agência vencedora desta Licitação, as segundas vias dos demais repertórios serão devolvidas aos Licitantes no prazo de 30 (trinta) dias, contados da data da publicação do resultado final da licitação no Diário Oficial do Município, conforme solicitação do licitante.

### **IV. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

11.5 A licitante deverá apresentar 02 (dois) relatos de soluções de problemas de comunicação, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

11.5.1 Os relatos deverão estar devidamente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Castanhal seja ou tenha sido signatária.

11.5.2 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pelo licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

11.5.3 Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

11.5.4 Para cada relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows;
- b) as peças gráficas poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não;
- c) Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

## **12. REQUISITOS DA PROPOSTA DE PREÇOS**

12.1 A proposta deverá ser apresentada da seguinte forma:

- a) Em 02 (duas) vias, devendo ser redigida no idioma português, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, digitada em papel timbrado da empresa;
- b) Fazer menção ao número desta Tomada de Preços e conter a razão social da licitante, o CNPJ, número(s) de telefone(s) e, se houver, e-mail e o respectivo endereço com CEP;
- c) Com suas páginas numeradas sequencialmente;
- d) Datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- e) Elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo V.
- f) Prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60(sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

12.2 A Proposta de Preço deverá conter:

12.2.1 Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no Modelo de Proposta anexo a este edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

- a) Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos (pela criação, desenvolvimento e produção interna) do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do

Pará, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) Percentual de honorários incidente sobre os preços dos 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

c) Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

12.3 Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos do SINAPRO/PA - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, aplicando-se o percentual de honorários oferecido na proposta do licitante.

### 13. DA PONTUAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

13.1 Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, considerando as orientações do *briefing*, com verba de R\$ 102.000,00, valor correspondente a 03 (três) meses de campanha.

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

#### 13.2.1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

##### 13.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Câmara Municipal de Castanhal, conforme o Briefing (Anexo XI deste Edital);
- c) das necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Castanhal para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme o Briefing (Anexo XI deste Edital).

##### 13.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal de Castanhal e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme o Briefing (Anexo XI deste Edital).

- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Castanhal com seus públicos;
- 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 e ou específico, de comunicação da Câmara Municipal de Castanhal conforme o Briefing (Anexo XI deste Edital).
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Castanhal, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme o Briefing no Anexo XI do Edital.

#### 13.2.1.3 Ideia Criativa:

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

#### 13.2.1.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia**

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

#### 13.2.2 **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:**

- a) O conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Castanhal;
- d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Castanhal e a licitante, esquematizado na proposta;
- 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 Câmara Municipal de Castanhal, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

#### 13.2.3 **REPERTÓRIO:**

13.2.3.1 O repertório é composto de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, sob forma de peças publicitárias com as respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, devendo se apresentar da seguinte forma:

- a) Um pen drive, contendo até 05 (cinco) comerciais para televisão;

b) Um pen drive contendo até 05 (cinco) spots e/ou jingles para rádio;

c) Um conjunto de até 05 (cinco) anúncios destinados à mídia impressa.

13.2.3.2 Cada trabalho apresentado no REPERTÓRIO deverá, obrigatoriamente, conter título, data ou período de veiculação e indicação das praças que o exibiram;

13.2.3.3 Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da Câmara Municipal de Castanhal.

#### 13.2.4 **RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:**

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.

### 13.3 **A NOTA DA PROPOSTA TÉCNICA SERÁ APURADA SEGUNDO A METODOLOGIA A SEGUIR:**

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

I. **Raciocínio Básico:** máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) Conhecimento das características gerais da Câmara Municipal de Castanhal: 1,0 (um) ponto;

b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Câmara Municipal de Castanhal: 2,0 (dois) pontos;

c) Adequada compreensão da área de atuação específica da Câmara Municipal de Castanhal: 3,0 (três) pontos;

d) Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de divulgação e comunicação dessa específica linha de atuação: 4,0 (quatro) pontos.

II. **Estratégia de Comunicação:** máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

a) Formulação do conceito, dos quais 5,0 (cinco) pontos para a compreensão do tema hipotético e 5,0 (cinco) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito. Total: 10 (dez) pontos;

b) Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação: 10 (dez) pontos.

III. **Ideia Criativa:** máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

a) Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha:

7,0 (sete) pontos;

b) Capacidade de síntese da estratégia de comunicação: 3,0 (três) pontos;

c) Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: 3,0 (três) pontos;

d) Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem: 7,0 (sete) pontos.

IV. **Estratégia de Mídia e Não Mídia:** máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

a) conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: 3,0 (três) pontos;

b) capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia: 3,0 (três) pontos;

c) estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante: 4,0 (quatro) pontos;

d) consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta: 5,0 (cinco) pontos.

V. **Capacidade de Atendimento:** máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

a) Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Câmara Municipal de Castanhal: 8,0 (oito) pontos;

b) Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade, segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Câmara Municipal de Castanhal na escolha de soluções alternativas: 7,0 (sete) pontos.

VI. **Repertório:** máximo de 10 (dez) pontos:

a) capacidade técnica e artística revelada pelo licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças



incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento: 10 (dez) pontos.

**VII. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação:** máximo de 10 (dez) pontos.

- a) A evidência de planejamento publicitário; 2,5 (dois e meio) pontos;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; 2,5 (dois e meio) pontos;
- c) A relevância dos resultados apresentados; 2,5 (dois e meio) pontos;
- d) A concatenação lógica da exposição. 2,5 (dois e meio) pontos.

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

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

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

**13.8 Será desclassificada a Proposta Técnica que:**

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.

**13.9** Para efeito de atribuição das notas, serão considerados como notas máximas os números de pontos indicados em cada quesito relacionado no subitem anterior.

**13.10** Nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

**13.11** A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, composta por sorteio em Sessão Pública, e publicada no Diário Oficial do Município, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4º da Lei nº 12.232/2010.

**13.12** As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, sendo considerada classificada em primeiro lugar a que obtiver o maior somatório de pontos atribuídos aos quesitos, limitado ao total máximo de

100 (cem) pontos, sendo que a proposta técnica que não atingir o mínimo de 50 (cinquenta) pontos será automaticamente desclassificada.

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

Quesitos/Subquesitos		Pontos
I. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		65
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	
Ideia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	
II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		15
III. REPERTÓRIO		10
IV. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO		10
<b>Pontuação máxima total=&gt;</b>		<b>100</b>

#### **14. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**14.1** A avaliação dos itens de cada proposta de preços, conjuntamente, será efetuada de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS	PONTOS – PERCENTUAL
01	Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos (pela criação, desenvolvimento e produção interna) do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante. Percentual mínimo 30 % Percentual máximo 50 %	50 pontos – 50% (maior ou igual) 40 pontos – 45% 30 pontos – 40% 20 pontos – 35% 0 pontos – 30% (menor ou igual)
02	Percentual de honorários incidente sobre os preços dos 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. Percentual mínimo 13,33 %	30 pontos – 15% (maior ou igual) 25 pontos – 14,5% 20 pontos – 14% 15 pontos – 13,5% 0 pontos – 13,33% (menor ou igual)

	Percentual máximo 15 %	
03	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento. Percentual mínimo 10 % Percentual máximo 12 %	20 pontos – 12% (maior ou igual) 15 pontos – 11,5% 10 pontos – 11% 5 pontos – 10,5% 0 pontos – 10% (menor ou igual)

- 14.2** As propostas comerciais serão classificadas pela ordem crescente de preços propostos, representados pelo somatório das notas atribuídas aos itens da tabela indicada anteriormente.
- 14.3** Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.
- 14.4** Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Licitação considerará o preço por extenso.

## 15. DA CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (PONTUAÇÃO FINAL)

- 15.1** A classificação das propostas far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos neste termo de referência, mediante a aplicação da seguinte fórmula:
- $$\text{Nota Final} = (\text{Nota Técnica} \times 0,70) + (\text{Nota de Preços} \times 0,30)$$
- 15.2** A classificação final será efetuada em ordem decrescente de notas finais. Será considerada vencedora do certame a empresa que obtiver a maior pontuação final.

## 16. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 16.1** As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão Permanente de Licitação.
- 16.1.1** A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação, na referida sessão será inabilitada do certame.

**16.2** Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no Envelope n.º 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**ENVELOPE N.º 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL  
TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC  
(Razão social da empresa licitante)  
(Endereço, telefone e e-mail da empresa licitante)**

**16.2.1** O Envelope n.º 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**16.2.2** Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados:

- I. Em original ou
- II. Sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou
- III. Em cópia autenticada por cartório competente.

**16.2.2.1** Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão e autenticadas em Cartório.

**16.2.2.2** Os documentos relacionados no subitem 16.4 deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto da licitação.

**16.3** Para fins de habilitação nesta licitação, serão exigidos os seguintes documentos, que ficarão anexados ao processo de licitação, sendo vedada sua retirada ou substituição, exceto nos casos legalmente permitidos:

**16.4** Os documentos referentes à **HABILITAÇÃO JURÍDICA:**

- I. Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- II. Registro comercial, em caso de empresa individual;
- III. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;

- IV. Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;
- V. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;
- VI. Decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

**16.5 Os documentos referentes à REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:**

- I. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- II. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;
- III. Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais, Dívida Ativa da União e Contribuições Sociais, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil;
- IV. Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do – Tempo de Serviço FGTS;
- V. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;
- VI. Certidões negativas de débitos ou não, contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante.

**16.5.1** Será considerada em situação regular a licitante que apresentar certidão positiva com efeitos de negativa.

**16.5.2** Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

**16.6 Os documentos referentes à QUALIFICAÇÃO TÉCNICA são:**

- I. Certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido perante o Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP) dentro do prazo de validade, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme trata o art. 4º, §1º da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010.
- II. Atestado de capacidade técnica expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou serviço de publicidade cujas atividades sejam similares, pelo menos, às do objeto deste Edital.

III. Declaração do próprio licitante de que tomou conhecimento de todas as informações e das condições estabelecidas para o cumprimento das obrigações, objeto da licitação e que concorda com as condições contidas neste instrumento convocatório.

**16.7 A QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** será comprovada mediante apresentação:

a) Certidão Negativa de Falência, Concordata e Recuperação Judicial e Extrajudicial, expedida pelo Cartório distribuidor da sede da licitante, com data de emissão de, no máximo, **90 (noventa) dias** anteriores à sessão pública de processamento desta Tomada de Preços, ou dentro do prazo de validade constante no documento;

a.1) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios. O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade. Serão considerados aceitos como na forma da lei o balanço patrimonial e demonstrações contábeis assim apresentados:

**b.1) Sociedades regidas pela Lei nº 6.404/76 (sociedade anônima):**

Publicados em Diário Oficial; ou publicados em jornal de grande circulação; ou por fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

**b.2) Sociedades por cota de responsabilidade limitada (LTDA):**

Por fotocópia das páginas do livro Diário onde o balanço e as demonstrações contábeis foram levantados, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante, ou Por fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

**b.3) Sociedades sujeitas ao regime estabelecido na Lei nº 9.317, de 05 de dezembro de 1996 - Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte "SIMPLES":**

Por fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante.

**b.4) Sociedade criada no exercício em curso:**

□ Fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

**b.5)** Os balanços patrimoniais e demonstrações contábeis deverão ser apresentados de acordo com a legislação e normas contábeis que regem a matéria.

**c)** Apresentação de memorial de cálculo dos Índices de Solvência Geral – ISG, Índice de Liquidez Corrente – ILC e Índice de Liquidez Geral – ILG maiores que 1,0 (um), por meio da formulas seguintes:

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

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

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

**c.1)** Para a comprovação do Patrimônio Líquido e índices contábeis, o cálculo sobre o balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social deverá ser realizado pela licitante e confirmado pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

**c.2)** A licitante que tiver apresentado resultado **igual ou menor que 1** (um), no cálculo do ISG, ILC e ILG deverá comprovar patrimônio líquido mínimo igual ou superior a R\$ **408.000,00** (quatrocentos e oito mil reais), equivalente a 10% do valor estimado da contratação;

**c.3)** Nos cálculos envolvendo moeda (R\$), caso sejam necessários arredondamentos, a segunda casa à direita da vírgula, correspondente aos centavos, será arredondada para cima, quando na ocorrência de uma terceira casa, esta for maior ou igual a 05 (cinco).

**d)** A licitante também deverá incluir no Envelope n.º 05 (Habilitação) declaração de inexistência de menor trabalhador (**Anexo III**), que possui conhecimento do instrumento convocatório e atendimento ao art. 27, da Lei nº 8.666/93 (**Anexo IX**), bem como inexistência de impedimento para a participação, conforme modelo constante do **Anexo X**;

- e) Declaração de condição de ME ou EPP, se for o caso.
- 16.8** O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto à Câmara Municipal de Castanhal e ou em todos os documentos de habilitação, não sendo permitido uso de documentos pela matriz, quando emitidos para a sua filial e vice-versa.
- 16.9** Os documentos de que trata o item 16.5, quando obtidos via Internet, somente terão validade após serem conferidos eletronicamente pela Comissão Permanente de Licitação no ato de abertura da documentação de habilitação, prevalecendo, quando divergentes em relação à data, aqueles constantes da conferência eletrônica, ficando assim, dispensados de autenticação.
- 16.10** Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital.
- 16.11** A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer dos documentos de habilitação deverá inserir no Envelope n.º 05 declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.
- 16.12** A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.
- 16.13** Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

## **17. PARTICIPAÇÃO DA MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

- 17.1** Nos termos dos artigos 42 a 49 da Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006, as microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.
- 17.2** Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.
- 17.3** Eventual interposição de recurso contra a decisão que declara o vencedor do certame não suspenderá o prazo supracitado.
- 17.4** A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem 17.2 implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções



previstas no art. 81 da Lei 8.666/93 e suas alterações posteriores sendo facultado à Administração convocar as licitantes classificadas na ordem decrescente, desde que mantenham a proposta de preço da licitante originalmente declarada vencedora.

- 17.5** Os envelopes padronizados com o plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.
- 17.6** A Comissão Permanente não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

## **18. DA REUNIÃO DE LICITAÇÃO E DO JULGAMENTO**

- 18.1** Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.
- 18.2** Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de Preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.
- 18.3** Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.
- 18.4** Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preço.
- 18.5** A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.
- 18.6** Se os envelopes lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Licitação, prazo após o qual serão destruídos.
- 18.7** A reunião de licitação será realizada em 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, conforme os procedimentos seguintes:

**18.7.1 PRIMEIRA SESSÃO:** A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto na convocação deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) Identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 9.2 a 9.4;
- b) Apresentação à Comissão dos envelopes nº 01, 02, 03 e 04.
- c) Exame da conformidade dos envelopes com as disposições deste Edital;
- d) Rubrica no fecho dos envelopes nº 02 e 04 e subsequente acondicionamento destes envelopes em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;
- e) Abertura dos envelopes nº 01 e 03, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

**18.7.1.1** Após o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

**18.7.1.2** O invólucro n.º 01, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão desde que não apresente marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n.º 02, e não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante.

**18.7.1.3** O não recebimento do invólucro n.º 01 implica o não recebimento dos demais envelopes das licitantes e seu consequente impedimento de participar da Tomada de Preços.

**18.7.1.4** A Comissão, antes da abertura dos envelopes n.º 01, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

**18.7.1.5** A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes n.º 01 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

**18.7.1.6** Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos envelopes n. 01 e 03, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**18.7.1.7** Os envelopes nº 02 e 04 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.

**18.7.1.8** Abertos os envelopes nº 01 e 03, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

**18.7.1.9** A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos envelopes n.º 01 e 03 observarão os seguintes procedimentos:

**a)** Encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos envelopes n.º 01, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

**b)** Análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

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

**d)** Encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos envelopes n.º 03, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

**e)** Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

**f)** Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, 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 das razões que as fundamentaram em cada caso.

**18.7.1.10** Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 13.8, I e Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**18.7.1.11** O disposto no subitem **18.7.1.10** não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos envelopes n.º 02.

**18.7.1.12** As planilhas previstas nas letras “c” e “f”, do subitem 18.7.1.9 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

**18.7.2 SEGUNDA SESSÃO:** Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas - Envelopes n.º 01 e 03, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- a) Identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abertura do receptáculo contendo os envelopes n.º 02 e abertura e rubrica do conteúdo dos envelopes n.º 02 e rubrica no fecho do invólucro n.º 04;
- c) Cotejo das vias não identificadas (invólucro n.º 01) com as vias identificadas (invólucro n.º 02) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) Elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;
- e) Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) Informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

**18.7.3 TERCEIRA SESSÃO:** A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- a) Identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abertura dos envelopes n.º 04 exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- c) Julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- d) Declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, as licitantes mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;
- e) Informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

**18.7.4 QUARTA SESSÃO:** A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- a) Identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

- b) Recebimento e abertura dos envelopes n.º 05, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) Informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;

**18.7.4.1** Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novo documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

**18.7.4.2** A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.

**18.7.4.3** Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

## 19. DA IMPUGNAÇÃO E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

**19.1** Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar, por irregularidade na aplicação da lei, o presente Edital, devendo protocolar o pedido junto à Comissão Permanente de Licitação em até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para abertura dos envelopes de habilitação, após o que a CPL encaminhará o pedido à autoridade competente, conforme previsto no parágrafo 1º do art. 41 da Lei Federal n.º 8.666/93 e suas alterações.

**19.1.1** Qualquer impugnação deverá ser efetuada por escrito, endereçada a Comissão Permanente de Licitação e protocolada na Câmara Municipal de Castanhal, sito na Rua Ilson Santos, n.º 450, bairro Nova Olinda, CEP 68.742190 – Castanhal/PA, de segunda a sexta-feira, no horário de 8h às 13h.

**19.2** Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital perante a Câmara Municipal de Castanhal, a licitante que não o fizer junto à Comissão Permanente de Licitação no horário de expediente, até o 2º (segundo) dia útil que anteceder a data fixada para abertura dos envelopes de propostas, e tendo-os aceito sem objeção venha a apontar falha ou irregularidades que o viciaram, hipóteses em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

**19.3** Após cada fase da licitação, os autos do processo ficam automaticamente à disposição dos interessados pelo prazo necessário à interposição de recursos.

**19.4** É admissível recurso em qualquer fase da licitação e das obrigações dela decorrentes, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data de intimação do ato (lavratura da Ata), de acordo com os preceitos do art. 109 da Lei Federal n.º 8.666/93 e suas alterações;

- 19.5** Os recursos referentes à habilitação, à inabilitação e ao julgamento das propostas terão efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente, e presentes razões de interesse público, atribuir aos demais recursos eficácia suspensiva.
- 19.6** Os recursos serão dirigidos ao Presidente da Câmara Municipal de Castanhal, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis ou, nesse prazo, encaminhá-los à autoridade competente que, sendo devidamente informada, fará sua apreciação e proferirá sua decisão no mesmo prazo.
- 19.7** Interposto, o recurso será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

## **20. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

- 20.1** Concluída a via recursal, o resultado será submetido à deliberação da autoridade competente, para homologação e adjudicação do objeto à licitante vencedora.

## **21. DO INSTRUMENTO CONTRATUAL**

- 21.1** Será firmado nos termos deste Edital, instrumento contratual entre a Câmara Municipal de Castanhal e a licitante vencedora da presente licitação.
- 21.2** O contrato terá vigência de **12 (doze) meses**, podendo ser prorrogado de acordo com o disposto no art. 57 a Lei 8.666/1993 e alterações subsequentes;
- 21.3** A contratante convocará a licitante vencedora para assinar o Termo de Contrato no prazo de até **05 (cinco) dias**, sob pena de, não o fazendo, decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 8.666/93 e alterações subsequentes.
- 21.4** É facultado à Câmara Municipal de Castanhal quando a licitante vencedora convocada não assinar o contrato no prazo e condições estabelecidas, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto aos preços atualizados de conformidade com o ato convocatório ou revogar a licitação independente da cominação prevista no Artigo nº 81 da Lei nº 8.666/93 e alterações subsequentes.
- 21.5** Dependendo da necessidade da contratante, mediante formalização de termo aditivo, a contratada fica obrigada a aceitar, na vigência do instrumento contratual e nas mesmas condições nele estabelecidas, os acréscimos ou

supressões previstas nos termos do Art. 65, §§ 1º e 2º da Lei Nº. 8.666, de 21 de junho de 1993 e alterações subsequentes.

## **22. DA RESCISÃO CONTRATUAL**

- 22.1** Constituem motivos para a rescisão do contrato os casos relacionados no art. 78 da Lei Federal nº 8.666/93, e suas alterações.
- 22.2** Na hipótese de rescisão contratual nas formas previstas nos incisos I a XI, art. 78, da Lei Federal nº 8.666/93, e suas alterações, terá a CONTRATADA direito, exclusivamente, ao pagamento dos serviços corretamente executados.
- 22.3** Quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII do art. 78 da Lei Federal nº 8.666/93, sem que haja culpa da CONTRATADA, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido.

## **23. DIREITOS AUTORAIS**

- 23.1** A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluindo os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, pen drive, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste Contrato.
- 23.2** A cessão de que trata o subitem anterior será por tempo indeterminado, ficando vedada à CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do Contrato.
- 23.3** A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.
- 23.4** A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- 23.5** 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.
- 23.6** 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 ou Contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste Contrato.

- 23.7 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
- 23.8 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

## 24. DAS PENALIDADES E MULTAS

- 24.1 A recusa injustificada do licitante vencedor em assinar o Contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-o às penalidades legalmente estabelecidas;
- 24.2 Pela inexecução total ou parcial do objeto desta Licitação, o CONTRATANTE poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à CONTRATADA as seguintes sanções:
- I - advertência;
  - II - multa, nos seguintes termos:
    - a) Em relação ao prazo estipulado, de 1% (um por cento) do valor do serviço por cada dia de atraso;
    - b) Pela recusa em executar o serviço/fornecimento, caracterizada em dez dias após o vencimento do prazo estipulado, de 10% (dez por cento) do valor do serviço;
    - c) Pela demora em corrigir falhas do serviço executado, a contar do segundo dia da data da notificação da rejeição, de 2% (dois por cento) do valor do bem ou do serviço, por cada dia decorrido;
    - d) Pela recusa da CONTRATADA em corrigir as falhas no serviço executado, entendendo-se como recusa o serviço não efetivado nos cinco dias que se seguirem à data da rejeição: 10% (dez por cento) do valor do serviço rejeitado.



- 24.3** Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE, pelo prazo de até **02 (dois) anos**.
- 24.4** Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com o CONTRATANTE enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir ao CONTRATANTE, pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada com base no item **24.2** acima.
- 24.5** Pelos motivos que se seguem, principalmente, a CONTRATADA estará sujeita às penalidades tratadas nos incisos I e II do **item 24.1** acima:
- I - pelo descumprimento do prazo de execução do serviço/fornecimento;
  - II- pela recusa em atender alguma solicitação para correção da execução do serviço/fornecimento, caracterizada se o atendimento à solicitação não ocorrer no prazo de **10 (dez) dias úteis**, contados da data da rejeição, com a notificação devida;
  - III - pela não execução do serviço/fornecimento de acordo com as especificações e prazos estipulados neste Edital.
- 24.6** Além das penalidades citadas, a CONTRATADA ficará sujeita, ainda, no que couber, às demais penalidades referidas no Capítulo IV da Lei Federal nº 8.666/93.
- 24.7** As multas estabelecidas podem ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, ficando o seu total limitado a 10% (dez por cento) do valor contratado, sem prejuízo das perdas e danos cabíveis.

## 25. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 25.1** Quaisquer elementos, informações e esclarecimentos relativos a este Edital poderão ser obtidos, gratuitamente junto a Comissão Permanente de Licitação, na sede da Câmara Municipal de Castanhal, sito a Rua Ilson Santos, n.º 450, bairro Nova Olinda, CEP 68.742-190 – Castanhal/PA, de segunda a sexta-feira, no horário de 8h às 13h, onde o presente edital poderá ser adquirido, mediante a apresentação de “*pen drive*”, através do correio eletrônico [camaracast.licitacao@gmail.com](mailto:camaracast.licitacao@gmail.com), após solicitação formal e preenchimento do respectivo Protocolo, ou, ainda, poderá ser consultado e/ou retirado no site: [www.camaradecastanhal.pa.gov.br](http://www.camaradecastanhal.pa.gov.br).
- 25.2** Fica assegurado a Câmara Municipal de Castanhal, o direito de, no interesse da administração, sem que caiba aos licitantes qualquer tipo de reclamação ou indenização;

- 25.3** Adiar a data de abertura das propostas à presente licitação, dando conhecimento aos interessados cadastrados através de e-mail e postagem no site: [www.camaradecastanhal.pa.gov.br](http://www.camaradecastanhal.pa.gov.br), com antecedência mínima de 24 (vinte e quatro) horas da data inicialmente marcada;
- 25.4** Aceitar ou rejeitar qualquer proposta, revogar o processo licitatório, por razões de interesse público decorrentes de fatos superveniente, devidamente comprovados, e/ou anula-lo por ilegalidade, de ofício ou provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, a qualquer tempo antes da adjudicação dos serviços;
- 25.5** Alterar as condições desta licitação, as especificações e qualquer documento pertinente a esta licitação, desde que fixe novo prazo para apresentação das propostas.
- 25.6** Decairá do direito de impugnar os termos da presente Tomada de Preços, o licitante que, tendo-a aceita sem objeção, venha a apontar, depois da abertura dos envelopes de habilitação e proposta, falhas ou irregularidades.
- 25.7** Compete à Comissão de Licitação decidir sobre casos omissos e dirimir dúvidas de interpretação deste Edital;
- 25.8** O não comparecimento do licitante a qualquer ato de abertura dos envelopes, ou a falta de sua assinatura na respectiva ata, implicará na aceitação das decisões da Comissão Permanente de Licitação.
- 25.9** A participação nesta licitação implica na aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente certame.
- 25.10** Esta licitação, na modalidade de Tomada de Preços, será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas que será realizada pela Subcomissão Técnica da Câmara Municipal de Castanhal, conforme membros sorteados em Sessão Pública, publicado do Diário Oficial do Município

Castanhal-PA, 11 de julho de 2023.

Sérgio Leal Rodrigues  
Presidente CMC

Cláudio Nogueira de Moura  
Presidente CPL

## TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC ANEXO I – TERMO DE REFERENCIA

### 1. OBJETO

1.1 Contratação de Agência de Propaganda para prestação de serviços de publicidade, conforme especificações e condições constantes neste Termo.

1.1.1 **Compreende** 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.

1.1.2 Também integram o objeto deste termo, como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e 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 resultados das campanhas realizadas, respeitando o disposto no art. 3º da Lei n.º 12.232/2010;

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 desenvolvidas.

1.1.3 As pesquisas e avaliações previstas na alínea I do subitem 1.1.2 do Item 1 terão a finalidade específica de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Castanhal, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação;

c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato. 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.

1.2 O serviço descrito no item 1 refere-se a matérias institucionais e administrativas da Câmara Municipal de Castanhal de cunho informativo, educativo e de orientação social, mediante veiculação em jornais, revistas, emissoras de rádio AM e FM,

televisão, internet e outros meios de comunicação, conforme o art. 37, § 1º, da Constituição Federal, sendo vedado o custeio de publicidade que, direta ou indiretamente, caracterize promoção pessoal de servidores públicos ou agentes políticos.

**1.3** Não está incluído no objeto desta licitação as atividades 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 contratados por meio de procedimentos licitatórios próprios.

**1.3.1** Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.3 o – patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

**1.4** Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n.º 4.680/1965 e que tenham obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010.

**1.4.1** A agência atuará por ordem, conforme solicitação da Câmara Municipal de Castanhal, nos termos do art. 3º da Lei n.º 4.680/1965 c/c ao art. 2º da Lei n.º 12.232/2010, na contratação de:

- a) fornecedores de bens e serviços especializados, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e demais serviços conexos, previstos nos itens 1.1 e 1.2.
- b) veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaço publicitário, sem qualquer restrição de mídia.

## **2. MOTIVAÇÃO**

**2.1** Considerando que a propaganda institucional deve ser concebida como conjunto de técnicas e ferramentas capazes de informar e orientar a população em geral, com a mais ampla e profissional transparência sobre diversos trabalhos realizados nesta Casa de Leis, tendo em conta que “A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”. (Constituição Federal, Art. 37, § 1º)

## **3. ESPECIFICAÇÃO TÉCNICA**

**3.1** A Câmara Municipal de Castanhal realizará licitação da modalidade TOMADA DE PREÇOS do tipo TÉCNICA E PREÇO, objetivando a classificação e contratação

de uma agência de propaganda para a prestação de serviços publicitários, na elaboração de projetos e campanhas para a Câmara Municipal de Castanhal.

**3.1.1 Compreende** os 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.

**3.1.2** Também integram o objeto desta Tomada de Preços, como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

- I. ao planejamento e à execução de pesquisas e 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 resultados das campanhas realizadas, respeitando o disposto no art. 3º da Lei n.º 12.232/2010;
- 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 desenvolvidas.

**3.1.3** As pesquisas e avaliações previstas na alínea I do subitem 3.1.2 do Item 3 terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Castanhal, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação;
- c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato. 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.

**3.2** O serviço descrito no item 3.1 refere-se a matérias institucionais e administrativas da Câmara Municipal de Castanhal de cunho informativo, educativo e de orientação social, mediante veiculação em jornais, revistas, emissoras de rádio AM e FM, televisão, internet e outros meios de comunicação, conforme o art. 37, § 1º, da Constituição Federal, sendo vedado o custeio de publicidade que, direta ou indiretamente, caracterize promoção pessoal de servidores públicos ou agentes políticos.

**3.3** Não está incluído no objeto desta licitação as atividades 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 contratados por meio de procedimentos licitatórios próprios.

**3.3.1** Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 3.3 o – patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

**3.4** Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n.º 4.680/1965 e que tenham obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010.

**3.4.1** A agência atuará por ordem, conforme solicitação da Câmara Municipal de Castanhal, nos termos do art. 3º da Lei n.º 4.680/1965 c/c ao art. 2º da Lei n.º 12.232/2010, na contratação de:

a) fornecedores de bens e serviços especializados, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e demais serviços conexos, previstos nos itens 3.1 e 3.2.

b) veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaço publicitário, sem qualquer restrição de mídia.

#### **4. PRAZO E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

**4.1** O prazo para execução do objeto desta licitação será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do Contrato.

**4.2** No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do Contrato, a CONTRATADA deverá comprovar manter pelo menos, escritório ou representante no município de Castanhal.

**4.3** No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data de assinatura do Contrato, a CONTRATADA deverá comprovar que possui estrutura de atendimento compatível com o volume e características dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- I. 1 (um) na área de atendimento;
- II. 1 (um) na área de planejamento;
- III. 2 (dois) na área de criação;
- IV. 1 (um) nas áreas de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica);
- V. 1 (um) na área de mídia/mídia digital.

**4.4** Os serviços deverão ser executados, conforme venha a ser solicitados pela CONTRATANTE.

**4.5** Todos os serviços a serem prestados pela CONTRATADA deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação da CONTRATANTE, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE PRODUÇÃO/VEICULAÇÃO), onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo o valor de cada um dos serviços ser orçado em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços do mercado, sob pena de responsabilidade civil.

**4.6** Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das notas fiscais/faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores.

**4.7** Os serviços serão executados pela CONTRATADA com o fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos serviços necessários ao cumprimento do objeto licitado, desde que previamente submetida à anuência da CONTRATANTE, ficando a CONTRATADA responsável pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza delas decorrentes.

**4.8** 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.

**4.9** As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

**4.10** A CONTRATADA deverá, 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.

**4.11** Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços, inclusive fotos ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis a qualquer tempo para a CONTRATANTE, que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso.

## **5. RESPONSÁVEL PELO RECEBIMENTO, ENDEREÇO E TELEFONE**

**5.1** A Diretoria Administrativa da Câmara Municipal de Castanhal é responsável em receber o material elaborado pela Agência de Propaganda, no endereço Rua Major Ílson Santos, 450 – Nova Olinda – CEP: 68.742-190 – Castanhal – Pará – Fone: 3721-2643.

**5.2** O material deverá ser endereçado ao Diretor Administrativo.

## **6. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

**6.1** Os documentos referentes à QUALIFICAÇÃO TÉCNICA são:

- I. Certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido perante o Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP) dentro do prazo de validade, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme trata o art. 4º, §1º da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010.
- II. Atestado de capacidade técnica expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou serviço de publicidade cujas atividades sejam similares, pelo menos, às do objeto deste termo.
- III. Declaração do próprio licitante de que tomou conhecimento de todas as informações e das condições estabelecidas para o cumprimento das obrigações, objeto da licitação e que concorda com as condições contidas neste instrumento convocatório.

## **7. REQUISITOS DA PROPOSTA TÉCNICA**

**7.1** 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 e com os subquesitos a seguir:

### **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.**

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

## **I. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

**7.2** 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 conforme Anexo e nas orientações deste instrumento e seus anexos, observadas as seguintes disposições:

- a) Formatação realizada conforme subitem 7.2.1.5;
- b) Elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:
  - b.1) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;
    - b.1.1) será vedada a aposição, a qualquer parte da VIA NÃO IDENTIFICADA do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do Envelope da Via Identificada;
    - b.1.2) o Envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido pela Câmara Municipal de Castanhal, sem nenhum tipo de identificação;
    - b.1.3) O Envelope padronizado com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só será recebido pela comissão permanente de licitação se não apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante;
  - b.2) Plano de Comunicação Publicitária Via Identificada.
    - b.2.1) 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;

### 7.2.1 Subquestos:

**7.2.1.1 Raciocínio Básico:** composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Câmara Municipal de Castanhal, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

**7.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária:** constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expresso no briefing 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.

**7.2.1.3 Ideia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de

roteiros e textos digitados, limitados a um para cada tipo de peça, em número máximo de 05 (cinco) anexos, podendo ser anexados “layouts”, “storyboards”, “textos de rádio” etc.;

#### **7.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:**

- a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público alvo, apresentados sob a forma de texto, permitida a inclusão de tabelas (não superior a cinco);
- c) Utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, acompanhado da devida justificção e da inclusão de tabelas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos;
- d) Simulação de plano de distribuição das peças de que trata a alínea “ideia criativa”, acompanhada de memória, no tamanho máximo de uma lauda, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas.

**7.2.1.5 Formatação do Plano de Comunicação Publicitária:** O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- a) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- d) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos;
- f) Espaçamento “simples” entre linhas e “duplo” após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, centralizado no final da página.

**7.2.1.5.1** Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou material prevista no subitem de Ideia Criativa 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 subquestos.

**7.2.1.5.2** Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

**7.2.1.5.3** Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquestos Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 7.2.1.3.

**7.2.1.5.4** As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter seu conteúdo editado com a fonte “Arial”, tamanho “10 pontos” ;
- c) Ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) duas páginas.

**7.2.1.5.5** As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e não Mídia poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica; c) Ser apresentados em papel A3 dobrado.

## II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

**7.3 Capacidade de Atendimento:** tanto geral, considerando-se a totalidade dos setores do licitante, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito. Esse tópico, a ser abordado sob a forma de textos sem anexos, deve incluir:

a) Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação;

a.1) a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

a.2) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do CONTRATANTE.

b) Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação.

- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- d) a discriminação 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 CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

### **III. REPERTÓRIO**

**7.4** O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, na seguinte forma:

- a) um pen drive contendo até 05 (cinco) comerciais para televisão;
- b) um pen drive contendo até 05 (cinco) spots e/ou jingles para rádio;
- c) um conjunto de até 05 (cinco) anúncios destinados à mídia impressa;

**7.4.1** Cada trabalho apresentado no REPERTÓRIO deverá, obrigatoriamente, conter título, data ou período de veiculação e indicação das praças que o exibiram.

**7.4.2** Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da Câmara Municipal de Castanhal.

**7.4.3** Com exceção daquele(s) apresentado pela agência vencedora desta Licitação, as segundas vias dos demais repertórios serão devolvidas aos Licitantes no prazo de 30 (trinta) dias, contados da data da publicação do resultado final da licitação no Diário Oficial do Município, conforme solicitação do licitante.

### **IV. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

**7.5** A licitante deverá apresentar 02 (dois) relatos de soluções de problemas de comunicação, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

**7.5.1** Os relatos deverão estar devidamente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Castanhal seja ou tenha sido signatária.

**7.5.2** A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pelo licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

**7.5.3** Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

**7.5.4** Para cada relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows;
- b) as peças gráficas poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não;
- c) Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

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

**8.1** A proposta deverá ser apresentada da seguinte forma:

- a) Preferencialmente, em 02 (duas) vias, devendo ser redigida no idioma português, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, digitada em papel timbrado da empresa;
- b) Fazer menção ao número desta Tomada de Preços e conter a razão social da licitante, o CNPJ, número(s) de telefone(s) e, se houver, *e-mail* e o respectivo endereço com CEP;
- c) Com suas páginas numeradas sequencialmente;
- d) Datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- e) Elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o **Anexo**.
- f) Prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

**8.2** A Proposta de Preço deverá conter:

**8.2.1** Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no Modelo de Proposta anexo a este instrumento, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

- a) Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos (pela criação, desenvolvimento e produção interna) do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante. (Não será aceito percentual de honorários superior a 50% cinquenta por cento);

- b) Percentual de honorários incidente sobre os preços dos 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. (Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento);
- c) Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento. (Não será aceito percentual de honorários superior a 10% (dez por cento)).

**8.3** Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos do SINAPRO/PA - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, aplicando-se o percentual de honorários oferecido na proposta do licitante.

## **9. DA PONTUAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**9.1** Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, considerando as orientações do *briefing*, com verba informada por este órgão em instrumento convocatório.

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

### **9.2.1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:**

#### **9.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:**

- a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Câmara Municipal de Castanhal, conforme o Briefing em anexo;
- c) das necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Castanhal para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme o Briefing em anexo.

#### **9.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária:**

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal de Castanhal e a seu

- (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme o Briefing em anexo.
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Castanhal com seus públicos;
- 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 e ou específico, de comunicação da Câmara Municipal de Castanhal conforme o Briefing em anexo.
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Castanhal, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme o Briefing em anexo.

#### **9.2.1.3 Ideia Criativa:**

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

#### **9.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia**

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

#### **9.2.2 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:**

- a) O conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Castanhal;
- d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Castanhal e a licitante, esquematizado na proposta;
- 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 Câmara Municipal de Castanhal, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

#### **9.2.3 REPERTÓRIO:**

**9.2.3.1** O repertório é composto de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, sob forma de peças publicitárias com as respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, devendo se apresentar da seguinte forma:



- a) Um pen drive, contendo até 05 (cinco) comerciais para televisão;
- b) Um pen drive contendo até 05 (cinco) spots e/ou jingles para rádio;
- c) Um conjunto de até 05 (cinco) anúncios destinados à mídia impressa;

**9.2.3.2** Cada trabalho apresentado no REPERTÓRIO deverá, obrigatoriamente, conter título, data ou período de veiculação e indicação das praças que o exibiram;

**9.2.3.3** Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da Câmara Municipal de Castanhal.

#### **9.2.4 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:**

- 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.

#### **A NOTA DA PROPOSTA TÉCNICA SERÁ APURADA SEGUNDO A METODOLOGIA A SEGUIR:**

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

**I. Raciocínio Básico:** máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

- a) Conhecimento das características gerais da Câmara Municipal de Castanhal: 1,0 (um) ponto;
- b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Câmara Municipal de Castanhal: 2,0 (dois) pontos;
- c) Adequada compreensão da área de atuação específica da Câmara Municipal de Castanhal: 3,0 (três) pontos;
- d) Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de divulgação e comunicação dessa específica linha de atuação: 4,0 (quatro) pontos.

**II. Estratégia de Comunicação:** máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

- a) Formulação do conceito, dos quais 5,0 (cinco) pontos para a compreensão do tema hipotético e 5,0 (cinco) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito. Total: 10 (dez) pontos;
- b) Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação: 10 (dez) pontos.

**III. Ideia Criativa:** máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

- a) Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha: 7,0 (sete) pontos;
- b) Capacidade de síntese da estratégia de comunicação: 3,0 (três) pontos;
- c) Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: 3,0 (três) pontos;
- d) Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem: 7,0 (sete) pontos.

**IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia:** máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

- a) conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: 3,0 (três) pontos;
- b) capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia: 3,0 (três) pontos;
- c) estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante: 4,0 (quatro) pontos;
- d) consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta: 5,0 (cinco) pontos.

**V. Capacidade de Atendimento:** máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

- a) Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Câmara Municipal de Castanhal: 8,0 (oito) pontos;
- b) Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade, segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Câmara Municipal de Castanhal na escolha de soluções alternativas: 7,0 (sete) pontos.

**VI. Repertório:** máximo de 10 (dez) pontos:

- a) capacidade técnica e artística revelada pelo licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento: 10 (dez) pontos.

**VII. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação:** máximo de 10 (dez) pontos.

- a) A evidência de planejamento publicitário; 2,5 (dois e meio) pontos;

- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; 2,5 (dois e meio) pontos;
- c) A relevância dos resultados apresentados; 2,5 (dois e meio) pontos;
- d) A concatenação lógica da exposição. 2,5 (dois e meio) pontos.

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

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

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

**9.7 Será desclassificada a Proposta Técnica que:**

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) Obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.

**9.8** Para efeito de atribuição das notas, serão considerados como notas máximas os números de pontos indicados em cada quesito relacionado no subitem anterior.

**9.9** Nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

**9.10** A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica a ser designada pela Câmara Municipal de Castanhal, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4º da Lei nº 12.232/2010.

**9.11** As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, sendo considerada classificada em primeiro lugar a que obtiver o maior somatório de pontos atribuídos aos quesitos, limitado ao total máximo de 100 (cem) pontos, sendo que a proposta técnica que não atingir o mínimo de 50 (cinquenta) pontos será automaticamente desclassificada.

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

Quesitos/Subquesitos		Pontos
I. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		65
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	
Ideia Criativa	20	

Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	15
III. REPERTÓRIO	10
IV. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	10
<b>Pontuação máxima total=&gt;</b>	<b>100</b>

## 10. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

A avaliação dos itens de cada proposta de preços, conjuntamente, será efetuada de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS	PONTOS – PERCENTUAL
01	<p>Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos (pela criação, desenvolvimento e produção interna) do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.</p> <p>Percentual mínimo 30 % Percentual máximo 50 %</p>	<p>50 pontos – 50% (maior ou igual) 40 pontos – 45% 30 pontos – 40% 20 pontos – 35% 0 pontos – 30% (menor ou igual)</p>
02	<p>Percentual de honorários incidente sobre os preços dos 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.</p> <p>Percentual mínimo 13,33 % Percentual máximo 15 %</p>	<p>30 pontos – 15% (maior ou igual) 25 pontos – 14,5% 20 pontos – 14% 15 pontos – 13,5% 0 pontos – 13,33% (menor ou igual)</p>

03	<p>Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.</p> <p>Percentual mínimo 10 %</p> <p>Percentual máximo 12 %</p>	<p>20 pontos – 12% (maior ou igual)</p> <p>15 pontos – 11,5%</p> <p>10 pontos – 11%</p> <p>5 pontos – 10,5%</p> <p>0 pontos – 10% (menor ou igual)</p>
----	---	--

**10.1** As propostas comerciais serão classificadas pela ordem crescente de preços propostos, representados pelo somatório das notas atribuídas aos itens da tabela indicada anteriormente.

**10.2** Será **desclassificada** a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

**10.3** Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Licitação considerará o preço por extenso.

## 11. DA CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (PONTUAÇÃO FINAL)

**11.1** A classificação das propostas far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos neste termo de referência, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{Nota Final} = (\text{Nota Técnica} \times 0,70) + (\text{Nota de Preços} \times 0,30)$$

**11.2** A classificação final será efetuada em ordem decrescente de notas finais. Será considerada vencedora do certame a empresa que obtiver a maior pontuação final.

## 12. RESULTADOS ESPERADOS

**12.1** Que as ações da Câmara Municipal de Castanhal possam ter mais alcance na zona urbana e rural do Município de Castanhal-PA e região.

**12.2** O objetivo é que ao final do ano, ocorra um balanço positivo das ações dos parlamentares e que a população conheça seus direitos e benefícios que possam estar sendo aprovados pela Câmara Municipal de Castanhal.

**12.3** Disseminar informação, analisando o que é de interesse dos moradores de Castanhal-PA.

**12.4** Melhorar a divulgação das sessões ordinárias e audiências públicas realizadas pela Casa na zona urbana e rural do Município.

### **13. REMUNERAÇÃO DAS AGÊNCIAS**

**13.1** As agências de publicidade serão remuneradas:

**13.1.1** Pelos chamados “custos internos” (pela criação, desenvolvimento e produção interna, de acordo com a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial).

**13.1.2** Por honorários de produção externa (realizada por terceiros fornecedores externos de serviços e suprimentos especiais de publicidade, tais como produção de audiovisual, produção fotográfica, gráfica, elenco, desenvolvimento de websites etc), e;

**13.1.3** Por um valor fixo mensal para remuneração dos serviços permanentes, com base em percentual sobre o montante da verba publicitária estimada no edital;

**13.2** A Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, o edital estabelecerá os percentuais máximos que podem ser cobrados pelas agências de publicidade, seja quanto aos custos internos e aos honorários sobre produção e suprimentos externos, seja quanto ao valor fixo mensal pelos serviços permanentes, assim como os descontos mínimos sobre tais custos externos.

**TOMADA DE PREÇOS N.º 01/2023-CMC**  
**ANEXO II – DECLARAÇÃO DE PORTE DE EMPRESA**  
**(Obrigatória para Microempresas e Empresas de Pequeno Porte)**

**DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE**

[nome da empresa], [qualificação: tipo de sociedade (Ltda, S.A, etc.), endereço completo, inscrita no CNPJ sob o n.º [xxxx], neste ato representada pelo [cargo] [nome do representante legal], portador da Carteira de Identidade n.º [xxxx], inscrito no CPF sob o n.º [xxxx], DECLARA, sob as penalidades da lei, que se enquadra como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, nos termos do art. 3º da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006.

Declaro, para fins da LC 123/2006 e suas alterações, sob as penalidades desta, ser:

**MICROEMPRESA** – Receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 e estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/06.

**EMPRESA DE PEQUENO PORTE** – Receita bruta anual superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/06.

**Observações:**

- Esta declaração poderá ser preenchida somente pela licitante enquadrada como ME ou EPP, nos termos da LC 123, de 14 de dezembro de 2006;
- A não apresentação desta declaração será interpretada como não enquadramento da licitante como ME ou EPP, nos termos da LC nº 123/2006, ou a opção pela não utilização do direito de tratamento diferenciado.

Localidade, e Data

\_\_\_\_\_  
Nome e Assinatura do Representante Legal RG:

CPF:

CNPJ da empresa

**Obs: Este documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa e assinado pelo(s) seu(s) representante(s) legal(is).**

**TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC**  
**ANEXO III**

**DECLARAÇÃO AO NÃO EMPREGO DE MENOR**

A empresa [Nome da Empresa], CNPJ [Nº do CNPJ], sediada [Endereço Completo], neste ato representada pelo(a) Sr.(a) [Nome do representante], portador da RG [Nº do RG] e inscrito no CPF [Nº do CPF], DECLARA, para fins do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, de 5 de outubro de 1988, e no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1983, acrescido pela lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não possui em seu quadro de pessoal empregado(s) com menos de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e em qualquer trabalho menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos).

Localidade, e Data

\_\_\_\_\_  
Nome e Assinatura do Representante Legal RG:  
CPF:  
CNPJ da empresa

**Obs: Este documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa e assinado pelo(s) seu(s) representante(s) legal(is).**



## TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC ANEXO IV

### CARTA DE CREDENCIAMENTO (PROCURAÇÃO)

À

CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL

Sr. Presidente da Comissão de Licitação

Para a presente licitação credenciamos o (a) Sr.(a) [Nome do credenciado], portador(a) da cédula de Identidade [Nº do RG], [órgão expedidor] e do CPF [Nº do CPF], como nosso representante legal na Licitação em referência, podendo o(a) mesmo(a) rubricar a documentação de HABILITAÇÃO e das PROPOSTAS, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor e/ou desistir de recursos, desistir de prazos, assinar contratos, assim como praticar todos os atos necessários ao fiel cumprimento do presente mandato.

Localidade, e Data

\_\_\_\_\_  
Nome e Assinatura do Representante Legal

RG:

CPF:

CNPJ da empresa

**Obs.: Este documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa e assinado pelo(s) seu(s) representante(s) legal(is), com firma reconhecida em cartório. E deverá ser acompanhado do contrato social da empresa.**

**TOMADA DE PREÇOS N.º 01/2023-CMC**  
**ANEXO V**

**PROPOSTA DE PREÇOS**

**À**

**CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL**

Sr. Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Apresentamos nossa proposta de preços para os itens abaixo relacionados objetivando a prestação dos serviços a esse Poder Legislativo, conforme o disposto no edital da licitação supra mencionada e ordenamentos legais cabíveis. Declaramos ter total conhecimento das condições do presente processo licitatório e a elas nos submetemos para todos os fins de direito.

**DADOS CADASTRAIS DO LICITANTE:**

Razão Social:		
CNPJ:	Insc. Estadual:	Insc. Municipal:
Endereço:		
Telefone:	E-mail:	

Validade da proposta: \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ) dias, a partir da data de sua apresentação.

**1. PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO:**

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os percentuais de honorários para os serviços descritos:

**a)** Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos (pela criação, desenvolvimento e produção interna) do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);

**b)** Percentual de honorários incidente sobre os preços dos 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: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);

**c)** Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento).

## 2. DECLARAÇÕES

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta do contrato.

2.2 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e aos veículos de comunicação, transferindo à CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL as vantagens obtidas.

2.3 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos de comunicação e demais meios de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo da CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL.

2.4 Esta proposta está sendo apresentada em conformidade com o edital desta licitação.

2.5 As taxas propostas são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

Localidade, e Data

\_\_\_\_\_  
Nome e Assinatura do Representante Legal

RG:

CPF:

CNPJ da empresa

**Obs: Este documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa e assinado pelo(s) seu(s) representante(s) legal (is).**

**TOMADA DE PREÇOS N.º 01/2023-CMC**  
**ANEXO VI**

**Minuta do Contrato**

**CONTRATO Nº \_\_\_\_/2023**

**TERMO DE CONTRATO PARA CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, PARA SUPRIR AS NECESSIDADES DA CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL, QUE FAZEM ENTRE SI A CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL E A EMPRESA \_\_\_\_\_.**

Pelo presente instrumento, de um lado O MUNICÍPIO DE CASTANHAL, por intermédio da CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL - PA, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 05.111.372/0001-09, com sede na Rua Major Ílson Santos, nº 450, Bairro Nova Olinda, CEP: 68742-190, Castanhal/Pará, representado legalmente pelo Exmo. Presidente da Câmara Municipal, Sr. Sérgio Leal Rodrigues, portador do RG 2469531, inscrito no CPF nº 400.580.342-34, residente e domiciliado neste Município, com competência para assinar Contratos, nos termos do Regimento Interno da Câmara Municipal de Castanhal, como também, da Lei Orgânica do Município de Castanhal e do outro lado, a empresa ....., inscrita no CNPJ/MF sob o nº \_\_, com sede a ....., CEP:\_\_\_/ ....., doravante denominada **CONTRATADA**, representada neste ato pelo seu ....., portador da C.I. nº ..... e CPF nº....., resolvem celebrar o presente Contrato, que será regido pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965; pela Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, com modificações posteriores e pela Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e demais legislação aplicável ao caso, de acordo com o que consta no Processo Administrativo \_\_\_\_\_, da Tomada de Preços nº \_\_/2023, mediante as seguintes cláusulas e condições, que se reciprocamente outorgam, aceitam e se obrigam a cumprir, por si ou por seus sucessores:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DO SUPORTE LEGAL**

1.1. O presente Contrato, decorre de Licitação sob a modalidade Tomada de Preços nº \_\_/2023, reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e de forma complementar, pelas Leis nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993 e demais legislação aplicável ao caso.

1.2. Independente de transcrição, passam a fazer parte deste Contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Tomada de Preços n.º \_\_/2023 e seus anexos, bem como, as propostas da CONTRATADA.

## **CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO**

2.1. O presente Contrato tem por objeto a contratação de Agência de Propaganda para prestação de serviços de publicidade, conforme especificações e condições constantes no Termo de Referência - Anexo I deste Edital.

2.1.1 Compreende os 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.

2.1.2 Também integram o objeto deste Contrato, como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

- I- ao planejamento e à execução de pesquisas e 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 resultados das campanhas realizadas, respeitando o disposto no art. 3º da Lei n.º 12.232/2010;
- 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 desenvolvidas.

2.1.3 As pesquisas e avaliações previstas na alínea I- do subitem 2.1.2 da CLÁUSULA SEGUNDA terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Castanhal, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação;
- c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do Contrato. 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.

2.2 O serviço descrito na CLÁUSULA SEGUNDA refere-se a matérias institucionais e administrativas da Câmara Municipal de Castanhal de cunho informativo, educativo e de orientação social, mediante veiculação em jornais, revistas, emissoras de rádio AM e FM, televisão, internet e outros meios de comunicação, conforme o art. 37, § 1º, da Constituição Federal, sendo vedado o custeio de publicidade que, direta ou indiretamente, caracterize promoção pessoal de servidores públicos ou agentes políticos.

2.3 Não está incluído no objeto deste Contrato as atividades 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 contratados por meio de procedimentos licitatórios próprios.

2.3.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 2.3 o – patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

2.4 Para a prestação dos serviços a CONTRATADA, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n.º 4.680/1965, deve manter atualizado o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010.

**PARÁGRAFO ÚNICO** – A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 3º da Lei n.º 4.680/1965 c/c ao art. 2º da Lei n.º 12.232/2010, na contratação de:

- a) fornecedores de bens e serviços especializados, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e demais serviços conexos, previstos nos itens 2.1 e 2.2.
- b) veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaço publicitário, sem qualquer restrição de mídia.

### **CLÁUSULA TERCEIRA – DO PRAZO E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

3.1 O prazo para execução do objeto desta licitação será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do Contrato.

3.2 No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do Contrato, a CONTRATADA deverá comprovar manter pelo menos, escritório ou representante no município de Castanhal.

3.3 No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data de assinatura do Contrato, a CONTRATADA deverá comprovar que possui estrutura de atendimento

compatível com o volume e características dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- I. 1 (um) na área de atendimento;
- II. 1 (um) na área de planejamento;
- III. 2 (dois) na área de criação;
- IV. 1 (um) nas áreas de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica);
- V. 1 (um) na área de mídia/mídia digital.

3.4 Os serviços deverão ser executados, conforme venha a ser solicitados pela CONTRATANTE.

3.5 Todos os serviços a serem prestados pela CONTRATADA deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação da CONTRATANTE, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE PRODUÇÃO/VEICULAÇÃO), conforme modelo da CONTRATANTE, onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo o valor de cada um dos serviços ser orçado em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços do mercado, sob pena de responsabilidade civil.

3.6 Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das notas fiscais/faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores.

3.7 Os serviços serão executados pela CONTRATADA com o fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos serviços necessários ao cumprimento do objeto licitado, desde que previamente submetida à anuência da CONTRATANTE, ficando a CONTRATADA responsável pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza delas decorrentes.

3.8 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.

3.9 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

3.10 A CONTRATADA deverá, 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.

3.11 Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços, inclusive fotos ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis a qualquer tempo para a CONTRATANTE, que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso.

#### **CLÁUSULA QUARTA – DOS DIREITOS AUTORAIS**

4.1 A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste Contrato.

4.2 A cessão de que trata o subitem anterior será por tempo indeterminado, ficando vedada à CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do Contrato.

4.3 A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.

4.4 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

4.5 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.

4.6 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 ou Contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste Contrato.

4.7 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para



a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

4.8 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

### **CLÁUSULA QUINTA – DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

5.1 Os serviços objeto deste Contrato tem o valor estimado de R\$ \_\_\_\_\_,00 (\_\_\_\_\_ reais).

5.2 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

**a)** Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos (pela criação, desenvolvimento e produção interna) do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante: \_\_\_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento);

**b)** Percentual de honorários incidente sobre os preços dos 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: \_\_\_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento);

**c)** Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento: \_\_\_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento).

5.3 O pagamento dos serviços prestados será efetuado mensalmente no prazo de até 15 (quinze) dias úteis contados da data da apresentação da nota fiscal dos serviços realizados, de acordo com as especificações e os quantitativos autorizados e atestados no período, através do servidor responsável pela fiscalização do Contrato, desde que sejam atendidas pela CONTRATADA as condições seguintes:

a) Entregue à CONTRATANTE a nota fiscal devidamente preenchida com, no mínimo 5 (cinco) dias de antecedência ao vencimento, acompanhada da comprovação da regularidade fiscal obrigatória (Certificado de Regularidade do

Fundo de Garantia por Tempo de Serviços (FGTS) – CRF e Certidão de Regularidade com Tributos Federais, Dívida Ativa da União e Contribuições Sociais (Certidão Conjunta)), devidamente atualizadas;

b) Indique o n.º do Contrato, o n.º do processo e n.º da Tomada de Preços;

5.3.1 Constatando-se, junto aos sites que emitem as certidões, a situação de irregularidade da CONTRATADA, será providenciada sua advertência, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério da CONTRATANTE;

5.3.2 Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, a CONTRATANTE deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência da CONTRATADA, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos;

5.3.3 Persistindo a irregularidade, a CONTRATANTE deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada à CONTRATADA a ampla defesa;

5.3.4 Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do Contrato, caso a CONTRATADA não regularize sua situação junto aos órgãos pertinentes;

5.3.5 Somente por motivo de economicidade, segurança nacional ou outro interesse público de alta relevância, devidamente justificado, em qualquer caso, pela máxima autoridade da CONTRATANTE, não será rescindido o Contrato em execução com a CONTRATADA.

5.4 Nota Fiscal, incluindo-se seu detalhamento, deverá conter todas as informações necessárias à conferência dos serviços prestados e em conformidade com as condições contratadas, não podendo incluir serviços relativos a outros Contratos ou facilidades não contratadas.

5.5 Os serviços, cujo detalhamento não contiver as informações mínimas que permitam a sua correta identificação serão considerados como cobranças indevidas e não serão pagos.

5.6 Sendo identificada cobrança indevida, os fatos serão informados à CONTRATADA e a contagem do prazo para pagamento será reiniciada a partir da representação da fatura devidamente corrigida.

5.7 Sendo identificada cobrança indevida após o pagamento da Nota Fiscal, os fatos serão informados à CONTRATADA, para que seja feita glosa do valor correspondente no próximo documento de cobrança.

5.8 O aceite dos serviços prestados por força desta contratação será feito mediante ateste da Nota Fiscal, correspondendo tão somente aos serviços efetivamente realizados.

5.9 Após o encerramento do Contrato, os serviços utilizados deverão ser cobrados no prazo máximo de 60 (sessenta) dias.

5.10 Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, como por exemplo, obrigação financeira pendente, decorrente de penalidade imposta ou inadimplência, o pagamento ficará sobrestado até que a CONTRATADA providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus à CONTRATANTE.

5.11 Nos termos do artigo 36, § 6º, da IN SLTI nº 02/2008, será efetuada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que a CONTRATADA: a) não produziu os resultados acordados;

b) deixou de executar as atividades contratadas, ou não as executou com a qualidade mínima exigida.

5.12 O faturamento dos serviços subcontratados de produção externa e veiculação deverá ser feito em nome da CONTRATANTE, devendo o pagamento dos serviços de produção externa ser feito diretamente às empresas subcontratadas.

5.13 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

5.14 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do SINAPRO/PA - Sindicato das Agências de Propaganda do Pará e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

5.15 Os honorários de que tratam os subitens 5.2, “b”, serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

5.16 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração decorrente da veiculação de campanhas quando for utilizado crédito concedido pelos veículos à CONTRATANTE, mas fará jus ao recebimento de remuneração pelos serviços que forem executados para a criação da campanha a ser veiculada, como custos internos de produção e honorários sobre produção externa.

5.17 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela

CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.

5.18 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por elas contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

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

5.20 As formas de remuneração poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do Contrato.

5.21 Na execução do Contrato, o CONTRATANTE poderá negociar com a CONTRATADA a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais inicialmente fixados em Contrato, com vistas a obter condições mais vantajosas para a Câmara Municipal de Castanhal.

5.22 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

5.23 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o valor dos direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores desses direitos será de, no máximo, 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

5.24 Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

5.25 Quando do pagamento, se houver, será efetuada a retenção e recolhimento de tributos e contribuições previstas na legislação aplicável.

5.26 A CONTRATADA regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

5.27 Quando da ocorrência de eventuais atrasos de pagamento provocados exclusivamente pela CONTRATANTE, o valor devido deverá ser acrescido de atualização financeira, e sua apuração se fará desde a data de seu vencimento até a data do efetivo pagamento, em que os juros de mora serão calculados à taxa de 0,5%

(meio por cento) ao mês, ou 6% (seis por cento) ao ano, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$I = \frac{(TX/100)}{365}$$

EM = I x N x VP Onde:

I = Índice de atualização financeira;

TX = Percentual de taxa de juros de mora anual;

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela em atraso.

## **CLÁUSULA SEXTA – DOS RECURSOS FINANCEIROS**

6.1 Os recursos financeiros para custeio das despesas decorrentes do presente Contrato correrão por conta da seguinte Dotação Orçamentária:

XX

## **CLÁUSULA SÉTIMA – DAS RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA**

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

- a) Executar os serviços na forma e termos reportados neste instrumento contratual e especificações técnicas contidas no Edital e seus Anexos, bem como na sua proposta de preços;
- b) Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;
- c) Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE;
- d) Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Tomada de Preços que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE;

- e) Evitar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas;
- f) 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;
- g) Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 5.22 e 5.23, da Cláusula Quinta, no tocante aos direitos patrimoniais de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos e aos direitos patrimoniais de uso sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE;
- h) Para o fornecimento de bens ou serviços especializados, a CONTRATADA deverá observar as seguintes condições:
- I. A CONTRATADA só poderá apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores, aptos a fornecerem à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares de execução do objeto deste Contrato;
  - II. Apresentar, no mínimo, 3 (três) orçamentos coletados entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
  - III. Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seu preço total e o detalhamento de suas especificações e preços unitários;
  - IV. A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;
- i) Todo serviço a ser prestado pela CONTRATADA deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação prévia da CONTRATANTE, emitirá a expedição de Ordem de Serviços, a ser expedida pela Câmara Municipal de Castanhal, onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo ser orçado o valor de cada um dos serviços em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil;
- j) Arcar com todos os custos relativos aos encargos sociais e obrigações trabalhistas e previdenciárias relativas à mão de obra empregada na execução dos serviços, bem como, impostos, taxas, emolumentos, seguros ou outros

valores que incidam, direta ou indiretamente sobre os serviços ora contratados, ficando obrigada a apresentar, em suas faturas, separadamente, o montante dos impostos que correspondam a cada pagamento;

k) Responder por danos causados a CONTRATANTE ou a terceiros, decorrentes de falhas ou irregularidades na execução dos serviços e que tenham ocorrido por sua culpa ou por ação ou omissão de seus agentes. A CONTRATADA responderá apenas por perdas e danos que ocorrerem durante o prazo de vigência deste Contrato e que forem comunicados à CONTRATADA, por escrito, no prazo de 30 (trinta) dias a contar do conhecimento dos danos causados, desde que este conhecimento se dê em até 60 (sessenta) dias da ocorrência do fato que deu origem ao dano e que este dano seja de possível constatação;

l) Manter, durante toda execução do Contrato, as mesmas condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

m) A CONTRATADA deverá 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;

n) Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, bem como cópias das faturas e duplicatas quitadas emitidas pelos fornecedores subcontratados;

o) Os serviços deverão ser executados pela CONTRATADA com o fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos serviços necessários ao cumprimento do objeto contratado, desde que previamente aprovado pela CONTRATANTE, vedada a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade;

p) A CONTRATADA deverá comprovar a execução dos serviços subcontratados e arcar com os encargos de qualquer natureza deles decorrentes;

q) Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT, filmes, etc.), inclusive fotos compradas para uso em outdoor ou peça gráfica, ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis durante a vigência do Contrato, para a Câmara Municipal de Castanhal, que poderá, a seu critério, requisitar, cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso, além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica;

r) A CONTRATADA deverá ceder à CONTRATANTE, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças publicitárias (fotos e material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, imagens brutas, em filme ou VT, composições, arranjos, execução de trilha

sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste Contrato;

s) A CONTRATADA se compromete a realizar por escrito, a contratação de terceiros para produção de peças publicitárias e a prestação de outros serviços, onde deverá explicitar a cessão, durante a vigência do Contrato, à CONTRATANTE, do uso das referidas peças publicitárias e do material bruto;

t) A CONTRATANTE considerará como inclusa nos custos de produção, qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, durante a vigência do Contrato;

u) Toda e qualquer negociação feita pela CONTRATADA envolvendo subcontratação, deverá contar obrigatoriamente, com a participação de representante da CONTRATANTE, com vistas à maximização dos bônus e descontos contratuais;

v) A CONTRATADA se compromete a negociar as melhores condições de preços para os direitos de imagens e som de voz (atores, modelos e locutores) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias produzidas durante a vigência deste Contrato;

w) A prestação dos serviços de publicidade deve possuir comando centralizado na cidade de Castanhal, Pará, onde, para esse fim, manterá escritório. A CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

## **CLÁUSULA OITAVA – DAS RESPONSABILIDADES DA CONTRATANTE**

8.1 A CONTRATANTE, além das obrigações contidas neste Contrato por determinação legal, obriga-se:

a) Dar ciência à CONTRATADA de qualquer alteração no presente Contrato, ficando expressamente esclarecido que qualquer alteração contratual deverá ser submetida previamente à apreciação da CONTRATADA;

b) Verificar e aceitar as faturas emitidas pela CONTRATADA, recusando-as quando constatado pela CONTRATANTE, que as mesmas estão inexatas ou desacompanhadas dos documentos exigidos neste Contrato;

c) Efetuar todos os pagamentos oriundos da execução dos serviços, objeto do presente instrumento contratual, na conta bancária informada pela CONTRATADA em conformidade com o cronograma de pagamentos da Câmara Municipal de Castanhal;



- d) A CONTRATANTE prestará, verbalmente ou por escrito, à CONTRATADA, informações que visem esclarecer ou orientar a correta prestação dos serviços;
- e) No ato da liquidação da despesa, o setor de contabilidade da CONTRATANTE deverá comunicar no que couber, aos órgãos responsáveis pela arrecadação e fiscalização de tributos da União, Estado ou Município, as características e os valores pagos, segundo o disposto no art. 63 da Lei n.º 4.320/64;
- f) A CONTRATANTE deverá advertir a CONTRATADA sobre eventuais faltas na execução dos serviços;
- g) 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, sob responsabilidade do CONTRATANTE, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados;
- h) As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação;
- i) Supervisionar e fiscalizar a execução dos serviços, por intermédio de um gestor de Contrato;
- j) Atestar as faturas correspondentes ao fornecimento e aos serviços executados, por intermédio do Gestor do Contrato;
- l) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- k) Notificar, formal e tempestivamente a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;
- l) Aplicar as penalidades e sanções regulamentares e contratuais;
- m) Notificar, por escrito, através da fiscalização e fixando-lhe prazo para correção, todas as irregularidades, caso houver, encontradas na execução do objeto contratado;
- n) Convocar para reuniões de alinhamento, nivelamento sobre a execução dos serviços, sempre que julgar necessário, com a CONTRATADA para esclarecimento de eventuais dúvidas e tratamento de desvios e incorreções.

#### **CLÁUSULA NONA – DA GARANTIA**

9.1 A CONTRATADA deverá recolher, em nome da Câmara Municipal de Castanhal, em até 20 (vinte) dias após a assinatura do Contrato, uma das garantias abaixo elencadas, previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/93 - Licitações e Contratos Administrativos, correspondente a 1% (dois por cento) do valor anual do Contrato:

9.1.1 Caução em dinheiro: A caução em dinheiro será efetuada junto à Agência e Conta Corrente da Câmara Municipal de Castanhal. Sobre a caução prestada em dinheiro incidirá tão somente, a atualização correspondente ao índice de variação do rendimento da caderneta de poupança, a contar da data do depósito até o seu efetivo levantamento.

9.1.2 Fiança bancária: A fiança bancária será formalizada através de carta de fiança fornecida por instituição bancária e deverá estar registrada em cartório competente, e obrigatoriamente deverá conter:

- a) Prazo de validade, que deverá corresponder ao prazo de vigência do Contrato;
- b) Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado;
- c) Expressa renúncia, pelo fiador, aos benefícios dos artigos 827 e 835 do Código Civil Brasileiro.

9.1.3 Seguro garantia: O seguro garantia deverá atender aos requisitos da legislação aplicável, bem como a expressa renúncia, pelo fiador, aos benefícios dos artigos 827 e 835 do Código Civil Brasileiro.

9.2 O comprovante de recolhimento de qualquer das garantias, deverá ser apresentado à Câmara Municipal de Castanhal no prazo máximo estipulado no item 9.1, sob pena de rescisão contratual, estando passível de aplicação da multa correspondente a 0,5% (meio por cento) do valor anual do Contrato e aplicação da penalidade de suspensão do direito de contratar com a Câmara Municipal de Castanhal por período de até 2 (dois) anos.

9.3 Em caso de prorrogação do prazo de vigência do Contrato que vier a ser firmado com a licitante vencedora, a garantia deverá ser renovada, mantendo-se o percentual de 1% (um por cento) sobre o valor do Contrato. Ficam mantidas a aplicação das penalidades previstas no item 9.2 para os períodos de prorrogação, se não cumprida a obrigação da prestação da garantia.

9.4 Havendo revisão do valor contratado ou alteração que implique no aumento ou redução do quantitativo do objeto do contrato, o valor da garantia deverá ser proporcional ao aumento ou redução do quantitativo do mesmo.

9.5 A garantia depositada poderá, a critério da Câmara Municipal de Castanhal, ser utilizada para cobrir eventuais multas e/ou não cumprimento de obrigações contratuais assumidas pela CONTRATADA.

9.6 Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de qualquer obrigação, inclusive indenização a terceiros, de forma que não mais represente 1% (um por cento) do valor global estimado do Contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data em que foi notificada pela Câmara Municipal de Castanhal.

9.7 A garantia deverá ser integralizada sempre que dela for deduzido o valor da multa contratual ou valores relativos ao não cumprimento de obrigações contratuais assumidas.

9.8 A garantia escolhida pela empresa CONTRATADA poderá ser substituída por outra no decorrer da execução do Contrato, com a anuência da Câmara Municipal de Castanhal, observadas as modalidades previstas no neste instrumento contratual.

9.9 A garantia prestada pela empresa CONTRATADA será liberada em até 30 (trinta) dias após o término do Contrato, após os descontos devidos correspondentes a multas e obrigações contratuais não cumpridas.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA – DA VIGÊNCIA**

10.1 O presente Contrato terá vigência de **12 (doze) meses**, contados a partir da data de sua assinatura.

10.2 A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei n.º 8.666/93.

10.3 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA FISCALIZAÇÃO E DA GESTÃO DO CONTRATO**

11.1 Os serviços constantes neste Contrato serão fiscalizados por servidor designado pela Presidência da Câmara Municipal de Castanhal, doravante denominado “Gestor do Contrato”, que terá autoridade para exercer, em seu nome, toda e qualquer ação de orientação geral, controle e fiscalização da execução contratual.

11.2 À Fiscalização compete, entre outras atribuições:

I. Registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços;

II. Solicitar à CONTRATADA e seus prepostos, ou obter da Administração, tempestivamente, todas as providências necessárias ao bom andamento deste Contrato e anexar aos autos do processo correspondente cópia dos documentos escritos que comprovem essas solicitações de providências;

III. Acompanhar os serviços e atestar seu recebimento definitivo;

IV. Encaminhar ao Setor Financeiro os documentos que relacionem as importâncias relativas e multas aplicadas à CONTRATADA, bem como os referentes a pagamento.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO EQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO**

12.1 Ocorrendo alteração das condições econômicas fundamentais preexistentes na assinatura do Contrato, será assegurada a recuperação dos valores ora contratados, objetivando a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro, na conformidade do disposto no Art. 65, II, “d”, da Lei nº 8.666/93 e alterações.

## **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS PENALIDADES E MULTAS**

13.1 A recusa injustificada do licitante vencedor em assinar o Contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-o às penalidades legalmente estabelecidas;

13.2 Pela inexecução total ou parcial do objeto desta Licitação, o CONTRATANTE poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à CONTRATADA as seguintes sanções:

I - Advertência;

II- Multa, nos seguintes termos:

a) Em relação ao prazo estipulado, de 1% (um por cento) do valor do serviço por cada dia de atraso;

b) Pela recusa em executar o serviço/fornecimento, caracterizada em dez dias após o vencimento do prazo estipulado, de 10% (dez por cento) do valor do serviço;

c) Pela demora em corrigir falhas do serviço executado, a contar do segundo dia da data da notificação da rejeição, de 2% (dois por cento) do valor do bem ou do serviço, por cada dia decorrido;

d) Pela recusa da CONTRATADA em corrigir as falhas no serviço executado, entendendo-se como recusa o serviço não efetivado nos cinco dias que se seguirem à data da rejeição: 10% (dez por cento) do valor do serviço rejeitado.

13.3 Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE, pelo prazo de até 02 (dois) anos.

13.4 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com o CONTRATANTE enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir ao CONTRATANTE, pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada com base no item 13.2 acima.

13.5 Pelos motivos que se seguem, principalmente, a CONTRATADA estará sujeita às penalidades tratadas nos incisos I e II do item 13.1 acima:

I - Pelo descumprimento do prazo de execução do serviço/fornecimento;

II - Pela recusa em atender alguma solicitação para correção da execução do serviço/fornecimento, caracterizada se o atendimento à solicitação não ocorrer no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados da data da rejeição, com a notificação devida;

III - Pela não execução do serviço/fornecimento de acordo com as especificações e prazos estipulados em Edital.

13.6 Além das penalidades citadas, a CONTRATADA ficará sujeita, ainda, no que couber, às demais penalidades referidas no Capítulo IV da Lei Federal nº 8.666/93.

13.7 As multas estabelecidas podem ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, ficando o seu total limitado a 10% (dez por cento) do valor contratado, sem prejuízo das perdas e danos cabíveis.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA RESCISÃO CONTRATUAL**

14.1 Constituem motivos para a rescisão do contrato os casos relacionados no art. 78 da Lei Federal nº 8.666/93, e suas alterações.

14.2 Na hipótese de rescisão contratual nas formas previstas nos incisos I a XI, art. 78, da Lei Federal nº 8.666/93, e suas alterações, terá a CONTRATADA direito, exclusivamente, ao pagamento dos serviços corretamente executados.

14.3 Quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII do art. 78 da Lei Federal nº 8.666/93, sem que haja culpa da CONTRATADA, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA RESPONSABILIDADE SOCIAL**

15.1 A CONTRATADA se compromete, sob pena de infração e rescisão contratual, a:

I. Não permitir a prática de trabalho análogo ao escravo ou qualquer outra forma de trabalho ilegal, bem como implementar esforços junto aos seus respectivos fornecedores de produtos e serviços, a fim de que esses também se comprometam no mesmo sentido.

II. Não empregar menores de 18 anos para trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menores de dezesseis anos para qualquer trabalho, com exceção a categoria de Menor Aprendiz.

III. Não permitir a prática ou a manutenção de discriminação limitativa ao acesso na relação de emprego, ou negativa com relação a sexo, origem, raça, cor, condição física, religião, estado civil, idade, situação familiar ou estado gravídico, bem como a implementar esforços nesse sentido junto aos seus respectivos fornecedores de produtos e serviços, a fim de que esses também se comprometam no mesmo sentido.

### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉXTA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

16.1 As omissões deste Contrato e as dúvidas oriundas de sua interpretação serão sanadas de acordo com o que dispuserem o Edital e seus anexos e a proposta apresentada pela CONTRATADA, prevalecendo, em caso de conflito, as disposições do Edital sobre as da proposta.

16.2 Respeitadas as cláusulas contratuais, cabe ressaltar que os casos omissos serão resolvidos entre as partes, em comum acordo, conforme a Lei n.º 8.666/1993 - Licitações e Contratos Administrativos ou, ainda, pelos princípios da teoria geral dos contratos e as disposições do direito privado.

16.3 Este Contrato poderá ser aditado nas hipóteses de complementação ou supressão do quantitativo do objeto licitado em até 25% (vinte e cinco por cento) do seu valor inicial, caso seja necessário e acordado entre as partes.

16.4 Os impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e para fiscais que sejam devidos em decorrência, direta ou indireta, do Contrato ou de sua execução, serão de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, assim definido na norma tributária, sem direito a reembolso.

16.5 A CONTRATADA não terá direito a qualquer indenização, se ocorrer, provisória ou definitivamente, a suspensão da execução deste Contrato, por culpa sua, assegurando-lhe, porém, no caso da rescisão por motivos alheios a sua vontade e sem infração de quaisquer cláusulas e condições contratuais, o pagamento de forma proporcional aos serviços efetivamente executados.

16.6 As partes contratantes obrigam-se a cumprir e fazer cumprir o presente Contrato em todos os seus termos, cláusulas e condições, por si e seus sucessores.

### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DO FORO**

17.1 Fica eleito o Foro da Comarca de Castanhal, Estado do Pará, como competente para dirimir quaisquer divergências ou litígios decorrentes da execução deste Contrato, com renúncia das partes a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Castanhal/PA, .... de ..... de 2023.

Câmara Municipal de Castanhal  
Sérgio Leal Rodrigues  
Presidente



PODER LEGISLATIVO  
CASTANHAL / PARÁ

Representante Legal  
Contratada

TESTEMUNHAS:

\_\_\_\_\_  
CPF / N.º

\_\_\_\_\_  
CPF / N.º

**TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC**  
**ANEXO VII**  
**DECLARAÇÃO DE NÃO PARENTESCO**

[nome da empresa], [qualificação: tipo de sociedade (Ltda, S.A, etc.), endereço completo], inscrita no CNPJ sob o nº [xxxx], neste ato representada pelo [cargo] [nome do representante legal], portador da Carteira de Identidade nº [xxxx], inscrito no CPF sob o nº [xxxx], **DECLARA**, sob as penalidades da lei, que inexistente em seu quadro societário ou de cooperados servidor ou dirigente vinculado à Câmara Municipal de Castanhal (Art. 9º, inciso III da Lei Federal nº 8.666/1993). Nem mesmo sócio ou dirigente seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive do pregoeiro ou da autoridade administrativa da Câmara Municipal de Castanhal (Acórdão nº 2.105/2008 - Plenário TCU e Recurso Extraordinário nº 423.560/2012 – Supremo Tribunal Federal);

Localidade, e Data

\_\_\_\_\_  
Nome e Assinatura do Representante Legal RG:  
CPF:  
CNPJ da empresa

**Obs: Este documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa e assinado pelo(s) seu(s) representante(s) legal(is).**



**TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC  
ANEXO VIII**

**DECLARAÇÃO DE HABILITAÇÃO**

**À**

**CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL**

Sr. Presidente da Comissão de Licitação

Declaramos para todos os efeitos legais, que a empresa [Nome da empresa], inscrita no CNPJ [Nº do CNPJ], reúne todos os requisitos necessários à habilitação, exigidas no Edital, quanto às condições de qualificação jurídica, fiscal, técnica e econômico-financeira, bem como de que está ciente e concorda plenamente com o disposto no Edital e seus anexos da presente licitação e com as regras definidas no art. 30 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações posteriores.

Localidade, e Data

\_\_\_\_\_  
Nome e Assinatura do Representante Legal RG:

CPF:

CNPJ da empresa

**Obs: Este documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa e assinado pelo(s) seu(s) representante(s) legal(is).**

**TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC  
ANEXO IX**

**DECLARAÇÃO DE SUPERVENIÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS**

**À**  
**CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL**  
Sr. Presidente da Comissão de Licitação

A empresa [Nome da Empresa], CNPJ [Nº do CNPJ], sediada [Endereço Completo], neste ato representada pelo(a) Sr.(a) [Nome do representante], portador da RG [Nº do RG] e inscrito no CPF [Nº do CPF], declara, sob as penas da lei, a inexistência de fatos impeditivos para a habilitação na presente licitação, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores, na forma determinada no art. 32, §2º da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações posteriores.

Localidade, e Data

\_\_\_\_\_  
Nome e Assinatura do Representante Legal RG:  
CPF:  
CNPJ da empresa

**Obs: Este documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa e assinado pelo(s) seu(s) representante(s) legal(is).**

## **TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2023-CMC**

### **ANEXO X**

### **BRIEFING**

#### **PLANO DE MÍDIA DA CÂMARA MUNICIPAL DE CASTANHAL**

A Câmara Municipal de Castanhal, enquanto Poder Público tem, como um dos seus principais objetivos, levar a público o trabalho realizado pelos 21 (vinte e um) vereadores, enquanto agentes fiscalizadores, elaboradores de leis, de indicações, projetos e, ainda, a participação em ações, fatos e atos que tenham conotação direta na vida do cidadão e no cotidiano dos munícipes.

O trabalho realizado pelo Legislativo castanhalense é de fundamental importância para o desenvolvimento da cidade de Castanhal. Além das ações promovidas pelo mandato dos vereadores, a Câmara possui comissões permanentes, que atuam em diversas áreas: Justiça, Legislação e Redação Final, Finanças e Orçamento, Agricultura, Indústria, Comércio e Mineração, Habitação, Terras, Obras e Serviços Públicos, Saúde e Assistência Social, entre outras, que atuam junto aos demais órgãos públicos, entidades civis organizadas e população em geral.

Nas sessões ordinárias e especiais; audiências públicas e reuniões das comissões, os parlamentares discutem, com os mais variados segmentos da sociedade, temas importantes para o município, como o resultado dos debates que acontecem no Legislativo, os vereadores, em conjunto com a sociedade, apresentam propostas de políticas públicas que melhorem a vida da população em seus mais diversos aspectos.

A comunicação institucional do Legislativo necessita de um completo planejamento de mídia, com foco nas ações da Casa de Leis, veiculado através de meios de comunicação de amplo alcance (rádio, jornal, impressos diversos, sites e tevês), elaborado por uma agência de publicidade e acompanhado pela Assessoria de Comunicação deste Parlamento, para interagir cada vez mais com a população, cumprindo inclusive com o que preceitua a democracia e possa, de fato, ao título de Casa do Povo.

O planejamento de comunicação do Legislativo deve, também, além de atingir diretamente o público externo, incentivar e motivar os servidores da Casa, o público interno. A interação direta com os servidores (eles, que fazem diariamente o papel de relações públicas da Casa), é fundamental para completar o trabalho de comunicação.

Além de campanhas publicitárias de praxe, como exemplo, do aniversário da cidade e outras datas importantes, o planejamento institucional deve levar em conta as ações que garantam dividendos para a Câmara e, como consequência, para a população e para a cidade.

O planejamento deve ter como base um calendário de atividades, de ações, deve apresentar temas de interesse coletivo, que venham a destacar a imagem do Legislativo e o seu papel na defesa dos interesses do cidadão.

Também se torna importante e necessário trabalhar com pesquisas para aferir o desempenho da Casa de Leis, para constatar as expectativas da população (o que a população espera da Câmara Municipal de Castanhal) e o grau de satisfação com a atual legislatura, com a atual Mesa Diretora. Através dos dados obtidos com as pesquisas devem-se criar estratégias capazes de atender tecnicamente e politicamente o conjunto de interessados, como Mesa Diretora, Vereadores e Comunidade.

A disponibilidade de recursos estabelecida no Orçamento da Câmara Municipal de Castanhal é de R\$ 408.000,00 (quatrocentos e oito mil reais) para a vigência de 01 (um) ano, de acordo com informações da Diretoria Financeira. No tocante a verba publicitária e institucional, deve haver equilíbrio quanto a influência de cada veículo, seja impresso, vídeo, internet e outros, deve se atentar a tiragem, abrangência, aceitação no mercado, etc. O marketing tem de ser direcionado a aproximar, cada vez mais, o Legislativo da população, da comunidade.

É preciso se atentar para a evolução da mídia com o advento da internet. Daí a necessidade de um tratamento prioritário e específico para as mídias sociais, coordenado diretamente pela Assessoria de Comunicação desta Casa de Leis. Hoje, essas ferramentas tem se destacado, com informações em tempo real, o que as torna muito importante nesse trabalho de interação entre a Câmara Municipal de Castanhal e a sociedade.

É fundamental que a população perceba que o objetivo final do Poder Legislativo é beneficiar a população do município. Através do acesso às informações do Legislativo, é que se poderá estabelecer um constante diálogo com a sociedade, em todas as suas camadas sociais, desse modo, embasando e legitimando as ações da Câmara Municipal de Castanhal.

O marketing político tem papel importantíssimo no contato direto com o público externo e interno. A comunicação é um bem público, assim como a cultura e a educação, e as diversas instâncias do Poder Público têm não só o direito, mas o dever de levar a informação de uma forma que possibilite alternativas que tenham como objetivo contribuir na formação de uma visão mais ampla da realidade social, por meio de todos os veículos possíveis. Somente com essa garantia é que as instituições podem colaborar para o processo de consolidação da cidadania.