

## ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA

### 1. OBJETO

O objeto do presente termo é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, para atendimento das necessidades do Tribunal de Justiça do Estado do Pará, nos termos e condições constantes do presente documento.

### 2. FUNDAMENTAÇÃO

A fundamentação legal encontra subsídios nos termos da Constituição Federal de 1988; da Lei nº. 4.680, de 18 de junho de 1965; da Lei nº. 8.666, de 21 de junho de 1993; da Lei nº. 12.232, de 29 de abril de 2010; Resolução do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) nº. 85, de 8 de setembro de 2009; e da Portaria do Gabinete da Presidência do TJPA nº. 1.859, de 9 de maio de 2018.

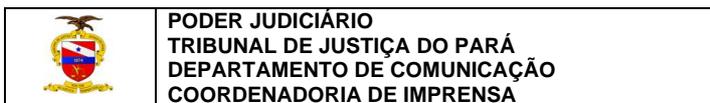
#### 2.1 JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE E RESULTADOS

Em 2013, o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) instituiu foro intitulado “Rede de Governança Colaborativa” para organizar a estratégia da gestão de forma integrada com cada segmento de Justiça ou região. Com isso, foi definido o Planejamento Nacional 2015-2020, com 11 macrodesafios que apontam para três perspectivas: sociedade, processos internos e recursos. A partir delas, os tribunais elaboraram suas estratégias até o final da década.

Com o propósito de integrar e divulgar, pelo viés comunicacional, essas perspectivas que permeiam os macrodesafios e de bem servir aos seus jurisdicionados, o Poder Judiciário do Pará estabeleceu diretrizes concernentes, a partir dos Planos de Gestão, dentre outros temas, à cristalinidade dos atos praticados, e, para tanto, previu o desenvolvimento de ações institucionais tendo por objeto o aprimoramento da comunicação com os públicos internos e externos.

Neste contexto é que se insere a necessidade de dar-se transparência na divulgação das atividades do Poder Judiciário e aos atos institucionais desta Corte de Justiça, considerando ser a publicidade um dos princípios fundamentais regentes da Administração Pública nos Poderes da República e que o princípio da publicidade compreende a transparência, a acessibilidade, a integralidade e a integridade das informações referentes à gestão administrativa e financeira, de modo que não somente os magistrados e servidores, mas especialmente o público em geral,





tenha conhecimento do seu nobre papel na concretização da Justiça.

A necessidade de contratação pelo TJPA de 1 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo as atividades descritas no item 1 deste Termo de Referência também está em consonância com a Resolução do CNJ nº 85, de 8 de setembro de 2009, que dispõe sobre a Comunicação Social no âmbito do Poder Judiciário, principalmente nos incisos I, II, III, IV, V e VI do Artigo 1º da referida Resolução, bem como objetiva dar amplo conhecimento à sociedade das políticas públicas e programas do Poder Judiciário; divulgar os direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição; estimular a participação da sociedade no debate sobre a Justiça; disseminar informações corretas sobre assuntos de interesse público; incentivar magistrados e servidores à integração de ações; e conscientizar a sociedade sobre a missão do Judiciário. Estes são os objetos principais da Resolução na qual a contratação da agência de publicidade e propaganda está alicerçada.

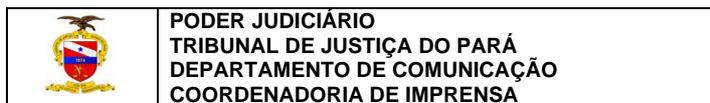
Na atualidade, observa-se a crescente participação da sociedade nas atividades desempenhadas pelo Poder Judiciário. Nesse sentido, a contratação da agência de publicidade e propaganda ao TJPA tem como fundamento e modelo a experiência de comunicação já desenvolvida por esta Corte de Justiça, principalmente pelo o que disciplina a Portaria do Gabinete da Presidência nº. 1.859, de 9 de maio de 2018, sobre a reestruturação do Departamento de Comunicação do Tribunal de Justiça do Pará. A necessidade a contratação da agência de publicidade e propaganda ao TJPA vai ao encontro do fortalecimento institucional e participação mais ativa da comunidade em geral, em tempo real e com grande alcance, objetivando disponibilizar informações pertinentes às atividades judiciárias.

Para isso, torna-se necessário municiar o Poder Judiciário do Pará de ferramenta específica, que possibilite afirmar os valores e princípios da Constituição Federal de 1988, na difusão de boas práticas e disseminação de informações de interesse público do Judiciário paraense, aumentando a transparência, a qualidade e a performance dos serviços a serem realizados. Além disso, como forma de atender prontamente os serviços de comunicação desta Corte de Justiça paraense, sobretudo oriundos da Presidência, implicando em respostas efetivas, imediatas e satisfatórias às demandas.

## 2.2 **MOTIVO**

Tal como demonstrado, considerando a finalização do Contrato nº. 057/2014/TJPA em 10 de julho de 2019, a fim de que não haja sobrestamento da prestação de serviço à Coordenadoria de Imprensa, é fundamental o encaminhamento ao processo licitatório apropriado com a maior celeridade possível.





PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COORDENADORIA DE IMPRENSA

### 2.3 OBJETIVO

Aprimorar a Comunicação Interna e Externa TJPA, em cumprimento a iniciativa estratégica 10.6 alinhada ao Macrodesafio da Instituição da Governança Judiciária do Plano de Gestão do biênio 2019-2021.

- a) Transparência à divulgação das atividades do Poder Judiciário e aos atos institucionais desta Corte de Justiça;
- b) Ilustrar o conteúdo usado para divulgação dos atos da Presidência do TJPA e as ações do Poder Judiciário do TJPA pertinentes à sociedade;
- c) Atender prontamente os serviços de comunicação desta Corte de Justiça paraense;
- d) Amplo conhecimento à sociedade das políticas públicas e programas do Poder Judiciário;
- e) Divulgar os direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- f) Disseminar informações corretas sobre assuntos de interesse público;
- g) Conscientizar a sociedade sobre a missão do Judiciário;
- h) Fortalecer a imagem institucional e participação mais ativa da comunidade em geral;
- i) Disponibilizar informações pertinentes às atividades judiciárias.

### 2.4 BENEFÍCIOS

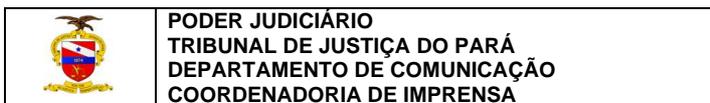
Tornar mais ampla e transparente a divulgação das atividades institucionais do Poder Judiciário, ilustrando o conteúdo usado para divulgação de seus atos, de forma a disseminar informações de fácil entendimento sobre assuntos de interesse público, e conscientização da sociedade sobre a missão do Judiciário.

### 2.5 ALINHAMENTO ESTRATÉGICO

Em 2013, o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) instituiu foro intitulado “Rede de Governança Colaborativa” para organizar a estratégia da gestão de forma integrada com cada segmento de justiça ou região. Com isso, foi definido o Planejamento Nacional 2015-2020, com 11 macrodesafios que apontam para três perspectivas: sociedade, processos internos e recursos. A partir delas, os tribunais elaboraram suas estratégias até o final da década.

Com o propósito de integrar e divulgar, pelo viés comunicacional, essas perspectivas que permeiam os macrodesafios e de bem servir aos seus jurisdicionados, o Poder Judiciário do





Pará estabeleceu diretrizes concernentes, a partir dos Planos de Gestão, dentre outros temas, à cristalinidade dos atos praticados, e, para tanto, previu o desenvolvimento de ações institucionais tendo por objeto o aprimoramento da comunicação com os públicos internos e externos.

O Aprimoramento da Comunicação Interna e Externa é a Iniciativa Estratégica 10.6 alinhada ao Macrodesafio Instituição da Governança Judiciária do Plano de Gestão do biênio 2019-2021, no qual propõe em sua Ação 10.6.2 seu implemento.

## **2.6 REFERÊNCIA AOS ESTUDOS PRELIMINARES**

O referido estudo encontra-se no Siga-Doc [PA-MEM-2019/16023-A](#)

## **2.7 RELAÇÃO ENTRE A DEMANDA PREVISTA E A SOLUÇÃO A SER CONTRATADA**

Os serviços selecionados têm como foco, por um lado, apoiar e auxiliar as atividades gerenciais e executivas por meio da oferta da prestação de serviço de publicidade que permite a coordenação e execução das atividades e a adoção de estratégias e decisões para a implementação dos processos e projetos da Coordenadoria de Imprensa. Por outro, fornece ferramentas que, ao otimizar as atividades, proporcionam uma instrumentalização efetiva do setor, possibilitando o aumento da eficiência no atendimento das demandas.

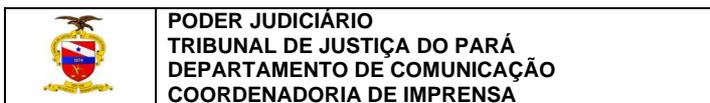
Sendo assim, esses serviços darão suporte à cobertura, às ações e atribuições da Coordenadoria de Imprensa no que se referem ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade e propaganda aos veículos e demais meios de divulgação; ao planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo; os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados e a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

A Coordenadoria de Imprensa não pode renunciar de um assessoramento nas áreas específicas dos serviços de comunicação publicitária a fim de promover de forma integrada os mais diversos públicos atinentes à missão institucional do Tribunal de Justiça do Pará.

Considerando a média de serviços executados pelo Contrato nº. 57/2014 nos anos de 2017 e de 2018, estima-se a quantidade de 50 serviços ao ano do objeto a ser contratado, que abrangem, entre outros, a veiculação de mídia indoor, a criação e impressão de peças gráficas, a produção de vídeos institucionais, a publicação de notas fúnebres, a criação e montagem de arte final de peças gráficas e digitais, a produção e impressão de livros, a

4





**PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COORDENADORIA DE IMPRENSA**

produção e impressão de Relatórios de Gestão, a produção e impressão de folders e banners, a produção e impressão de manuais e cartilhas e a produção e impressão de convites.

A licitação visa a contratação de diversos serviços de apoio, auxílio e instrumentalização das atividades de publicidade da contratante, envolvendo produção, elaboração, edição, diagramação e impressão gráfica dos Relatórios de Exercícios e de Gestão da Presidência, Corregedorias e Escola Judicial; produção, elaboração, edição, diagramação e impressão gráfica de banners, folders e peças gráficas ligadas ao Planejamento Estratégico 2015-2020 e aos Planos de Gestões da Presidência; produção de campanha televisiva sobre a Casa de Justiça e Cidadania; vídeos institucionais sobre o projeto Ribeirinho Cidadão, Pretendentes à Adoção, Arquivo Regional e Datacenter; produção de campanha e peças gráficas da Coordenadoria Estadual da Infância e Juventude (Ceij) sobre Entrega Voluntária de Crianças; anúncios publicitários e fúnebres nos jornais impressos de circulação; serviço de mídia indoor; produção, elaboração, edição, diagramação e impressão gráfica de publicações institucionais, como livro do concurso de poesias, contos e crônicas, Regimento Interno e Manual de Rotinas do 2º Grau, além demandas avulsas conforme a ordem e a conta da Presidência do TJPA, do Departamento de Comunicação e da Coordenadoria de Imprensa.

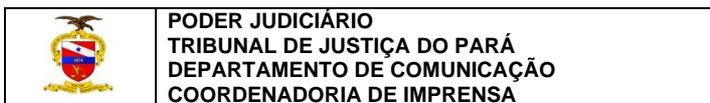
### **3. ESPECIFICAÇÃO TÉCNICA E QUANTIDADE**

**3.1** Considerando que o objeto a ser contratado pelo TJPA é de 1 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, segue o seu detalhamento:

- a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade e propaganda aos veículos e demais meios de divulgação;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- d) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

**3.2** Não estão compreendidas no objeto da presente licitação quaisquer outras atividades que não as descritas neste Item, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.





PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COORDENADORIA DE IMPRENSA

**3.3** A agência de propaganda contratada não poderá subcontratar outra(s) agência(s) de propaganda para a execução dos serviços previstos na alínea “a” deste Item.

**3.4** A contratada atuará por ordem e conta do Tribunal de Justiça do Pará, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680/1965 e art. 14 da Lei nº 12.232/2010, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades previstas nas alíneas “b”, “c” e “d” deste Item.

**3.5** A contratada somente poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e ordem do Tribunal de Justiça do Pará, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

#### **4. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA**

**4.1** Os licitantes deverão entregar no dia, hora e local indicados no Edital:

a) **proposta técnica**, composta de um plano de comunicação publicitária, pertinentes às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente.

b) **proposta de preço**, que conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário.

As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro.

**4.2** As propostas técnicas serão apresentadas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica (conjunto de informações referentes ao proponente).

#### **5. ESTRATÉGIA DA CONTRATAÇÃO**

##### **5.1 FORMA DE PARCELAMENTO E ADJUDICAÇÃO DO OBJETO**

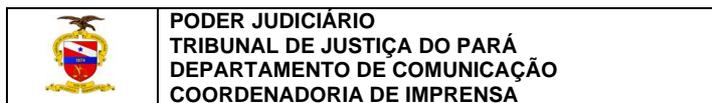
**5.2** O parcelamento da solução não é aplicável, pois trata-se de objeto de prestação de serviços de publicidade, cuja natureza é de execução integral, conforme a demanda, ordem e conta do Departamento de Comunicação e da Coordenadoria de Imprensa, nos termos do art. 3º da Lei nº. 4.680/1965 e art. 14 da Lei nº. 12.232/2010.

**5.3** O objeto desta demanda será adjudicado em favor de uma única empresa, cuja proposta seja a mais vantajosa, observados os requisitos de avaliação especificados mediante o tipo de licitação técnica e preço.

##### **5.4 MARGEM DE REFERÊNCIA**

###### **5.4.1 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO**





**5.4.1.1** A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 80 (oitenta) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

**a) Plano de Comunicação - 40 (quarenta)**

**a.1) Raciocínio Básico – 10 (dez)**

**a.1.1)** das características do Tribunal de Justiça do Pará e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (3 pontos)

**a.1.2)** da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Tribunal de Justiça do Estado do Pará com seus públicos; (2 pontos)

**a.1.3)** do papel do Tribunal de Justiça do Pará no atual contexto social, político e econômico; (2 pontos)

**a.1.4)** do problema específico de comunicação do Tribunal de Justiça do Estado do Pará. (3 pontos)

**a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária- 10 (dez)**

**a.2.1)** a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Tribunal de Justiça do Pará e a seu problema específico de comunicação; (2 pontos)

**a.2.2)** a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Tribunal de Justiça do Pará com seus públicos; (2 pontos)

**a.2.3)** a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do Tribunal de Justiça do Pará; (3 pontos)

**a.2.4)** a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; (3 pontos)

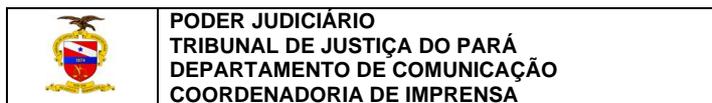
**a.3) Ideia Criativa - 10 (dez)**

**a.3.1)** sua adequação ao problema específico de comunicação do Tribunal de Justiça do Pará; (2 pontos)

**a.3.2)** a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; (1,5 ponto)

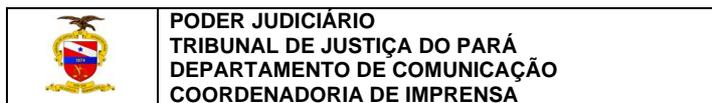
**a.3.3)** a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações; (1,5 ponto)





- a.3.4)** a originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (2 pontos)
- a.3.5)** a simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (1,5 ponto)
- a.3.6)** sua pertinência às atividades do Tribunal de Justiça do Pará e à sua inserção na sociedade; (1,5 ponto)
- a.4) Estratégia de mídia e não mídia - 10 (dez)**
- a.4.1)** o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; (1,75 ponto)
- a.4.2)** a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; (1,75 ponto)
- a.4.3)** a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores; (1,75 ponto)
- a.4.4)** a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do Tribunal de Justiça do Pará; (3 pontos)
- a.4.5)** a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças; (1,75 ponto)
- b) Capacidade de Atendimento - 10 (dez)**
- b.1)** o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias; (1,5 ponto)
- b.2)** a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Tribunal de Justiça do Pará; (1,75 ponto)
- b.3)** a capacidade de, no prazo estabelecido em contrato, instalar, em Belém, Pará, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à contratante; (1,75 ponto)
- b.4)** a operacionalidade do relacionamento entre o Tribunal de Justiça do Pará e a licitante, esquematizado na Proposta; (1,75 ponto)
- b.5)** a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta; (1,5 ponto)
- b.6)** a relevância e a utilidade das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Tribunal de Justiça do Pará, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. (1,75 ponto)





**c) Repertório - 15 (quinze)**

- c.1) a ideia criativa e sua pertinência; (5 pontos)
- c.2) a clareza da exposição; (5 pontos)
- c.3) a qualidade da execução e do acabamento. (5 pontos)

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - 15 (quinze)**

- d.1) a concatenação lógica da exposição; (5 pontos)
- d.2) a evidência de planejamento publicitário; (5 pontos)
- d.3) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (5 pontos)

**5.5** A nota do quesito corresponde à média aritmética das notas de cada membro da Sub-comissão técnica (conforme §1º do art. 10 da Lei nº. 12.232/2010). A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

**5.6** Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a agência que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos, segundo relatório detalhado e fundamentado da comissão julgadora, em atendimento aos requisitos do presente Termo de Referência e critérios importantes como apresentação, criatividade, clareza, capacidade de comunicação com o público, alcance da mensagem tema, além de outros aspectos relevantes ao julgamento técnico.

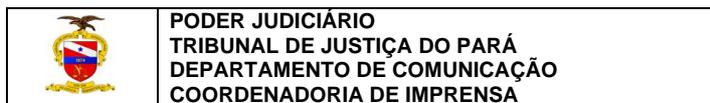
**5.7** Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a agência que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens 5.2.1a, 5.2.1b, 5.2.1c ou 5.2.1.d deste termo.

**5.8** As Propostas de Preços serão julgadas mediante as seguintes disposições:

**5.8.1** Cada proposta receberá no máximo 20 (vinte) pontos, assim avaliados:

- a) 8 (oito) pontos para a agência licitante que der o máximo desconto nos honorários incidentes sobre o custo junto a fornecedores especializados em produção, suprimentos e serviços externos, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto. Para outras propostas, será concedida a fração de 1,6 ponto (um quinto da máxima pontuação) para cada 1% (um por cento) de redução nos honorários dos 15% (quinze por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto;
- b) 8 (oito) pontos para a agência que der o máximo desconto nos honorários incidentes sobre o custo junto a fornecedores especializados em produção, suprimentos e serviços externos, quando a responsabilidade da mesma limitar-se, exclusivamente, à contratação ou pagamento da produção, serviço ou suprimento, até o limite de 5%





**PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COORDENADORIA DE IMPRENSA**

(cinco por cento) de desconto. Para as demais propostas será concedida a fração de 1,6 ponto (um quinto da máxima pontuação) para cada 1% (um por cento) de desconto de redução nos honorários dos 10% (dez por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto;

- c) 4 (quatro) pontos para a proposta que apresentar 50% (cinquenta por cento) de desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará; 2 (dois) pontos para a proposta que ultrapassar 25% (vinte e cinco por cento) de desconto, e 1 (um) ponto até os primeiros 25% (vinte e cinco por cento) de desconto, limitado o desconto a 50% (cinquenta por cento) do valor da referida tabela.

**5.9** Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista neste termo, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras licitantes.

## **6. VIGÊNCIA CONTRATUAL**

**6.1** Para a prestação dos serviços objeto do presente termo, será formalizado contrato administrativo, estabelecendo em suas cláusulas todas as condições, obrigações e responsabilidades entre as partes, em conformidade com o Edital de Licitação, do Termo de Referência e da Tomada de Preço da licitante vencedora.

**6.2** O prazo de vigência do Contrato será de 12 (doze) meses, e por se tratar de serviços de natureza contínua, poderá ser prorrogado na forma do art. 57, inciso II, da Lei 8.666/93.

## **7. DA GARANTIA CONTRATUAL**

**7.1** A empresa contratada deverá prestar garantia de execução do contrato, nos moldes do art. 56 da Lei nº 8.666, de 1993, com validade durante a execução do contrato e 90 (noventa) dias após término da vigência contratual, devendo ser renovada a cada prorrogação, observados ainda os seguintes requisitos:

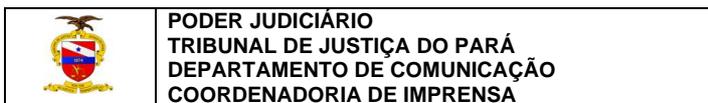
**7.2** A contratada deverá apresentar, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do órgão contratante, contado da assinatura do contrato, comprovante de prestação de garantia, podendo optar por caução em dinheiro ou títulos da dívida pública; seguro-garantia; ou fiança bancária, cujo o valor da garantia deverá corresponder a 5 % (cinco por cento) do valor total estimado do contrato

**7.3** A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

**7.3.1** Prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato;

**7.3.2** Prejuízos diretos causados à Administração decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;





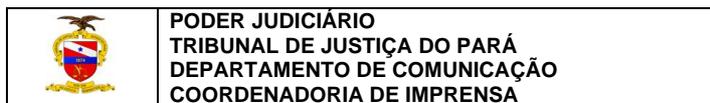
**PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COORDENADORIA DE IMPRENSA**

- 7.3.3** multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada;
- 7.3.4** obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela contratada, quando couber.
- 7.4** A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados nos subitens do item 7.3 deste termo, observada a legislação que rege a matéria;
- 7.5** A garantia em dinheiro deverá ser efetuada na conta corrente específica, em favor do CONTRATANTE;
- 7.6** A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento);
- 7.7** O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autoriza a Administração a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem os incisos I e II do art. 78 da Lei nº 8.666, de 1993;
- 7.8** O garantidor não é parte para figurar em processo administrativo instaurado pelo contratante com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções à contratada;
- 7.9** A garantia será considerada extinta:
- 7.9.1** com a devolução da apólice, carta-fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração da Administração, mediante termo circunstanciado, de que a contratada cumpriu todas as cláusulas do contrato; e
- 7.9.2** Com o término da vigência do contrato, observado o prazo previsto no subitem 7.1 acima, que poderá, independentemente da sua natureza, ser estendido em caso de ocorrência de sinistro;
- 7.10** O contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria;

## **8. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

- 8.1** Apresentar 02 (dois) atestados de capacidade técnica expedidos por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprovem que a licitante prestou serviços compatíveis com os do objeto deste termo;
- 8.2** Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;





8.2.1 O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.

8.3 Declaração de possibilidade operacional em Belém-PA, subscrita por representante legal da empresa;

## 9. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1 As propostas técnicas serão apresentadas em 3 (três) invólucros distintos, lacrados de forma indevassável de seguinte forma:

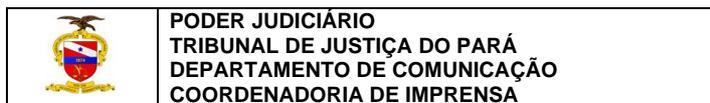
- a) “**PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO Nº 1**”, que deverá conter a via **não identificada** do plano de comunicação publicitária;
- b) “**PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO Nº 2**”, que **conterá** a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- c) “**PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO Nº 3**”, que **conterá** as demais informações integrantes da proposta técnica (conjunto de informações referentes ao proponente)

9.2 O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária (invólucro nº 1) será padronizado e fornecido previamente pelo TJPA, sem nenhum tipo de identificação.

9.3 O plano de comunicação publicitária **via não identificada** deverá ser redigido em língua portuguesa, com exceção feita a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e elaborado da seguinte forma:

- em papel A4 branco 75 g/ m2;
- espaçamento de 2cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linha subsequentes;
- com texto justificados;
- com espaço "simples" entre linhas;
- com texto em fonte "arial", tamanho 12 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos, no canto inferior da página;
- em caderno único até 30 páginas;
- sem identificação da licitante;
- encadernado em espiral transparente.





**9.4** O invólucro destinado à apresentação da via identificada do plano de comunicação publicitária (invólucro nº 2) terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

#### **9.5 Plano de Comunicação**

**9.5.1** Para efeito de avaliação, a licitante deverá apresentar uma campanha publicitária simulada, elaborada com base no Briefing.

**9.5.2** O Plano de Comunicação da presente Licitação consistirá de um conjunto de textos com, no máximo 30 (trinta) laudas e anexos, estes sem limite de quantidade, sendo o quesito subdividido em quatro subquesitos:

**9.5.2.1 Raciocínio Básico:** texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre TJPA, seu produto, sua linha de atuação específica e suas necessidades de comunicação.

##### **9.5.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em que a licitante:**

- a) apresentará e defenderá o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação do Tribunal de Justiça do Estado;
- b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

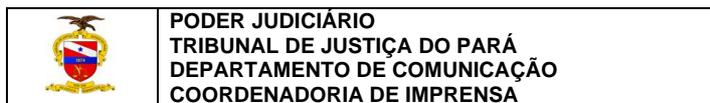
**9.5.2.3 Ideia Criativa: A licitante apresentará campanha publicitária com exemplo de peças que corporifiquem objetivamente a proposta defendida na estratégia de comunicação, podendo ou não ser sintetizada em um slogan.**

- a) as peças da campanha simulada estão limitadas a 5 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica;
- b) podem ser apresentadas sob forma de roteiro para rádio e TV e layout para mídia impressa e internet, sem inclusão de storyboards.

##### **9.5.2.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia- constituída de texto em que a licitante:**

- a) demonstre conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, sendo permitida a inclusão de tabelas e gráficos;
- b) simulação de plano de distribuição das peças acompanhada de tabelas, planilhas, e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas;
- c) resumo geral incluindo o período de veiculação sugerido; os valores (absolutos e





percentuais) dos investimentos alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia; e as quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia.

- d) Os preços de mídia usados na simulação devem ser os de tabela cheia dos veículos de comunicação.
- e) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65;
- f) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

#### **9.5.2.5 Capacidade de Atendimento**

**9.5.2.5.1** A relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles.

**9.5.2.5.2** Quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento.

**9.5.2.5.3** Instalações, infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato.

**9.5.2.5.4** Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peças avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.

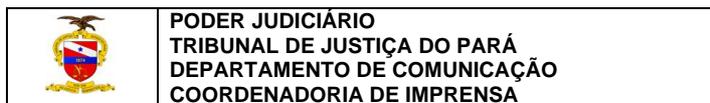
**9.5.2.5.5** Discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição deste Tribunal, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

#### **9.5.2.6 Repertório**

**9.5.2.6.1** Apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.

**9.5.2.6.2** Deverão ser apresentadas 3 (três) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou características da peça, todas veiculadas ou expostas a partir do ano de 2017.





**PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COORDENADORIA DE IMPRENSA**

**9.5.2.6.3** As peças de vídeo deverão ser fornecidas em DVD; os spots e/ou jingles, em CD; as peças de Internet, em CD-ROM; as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

**9.5.2.6.4** As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo TJPA.

#### **9.5.2.7 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

**9.5.2.7.1** Deverão ser apresentados 2 (dois) cases, relatando, em no máximo duas páginas cada, soluções de problemas de comunicação.

**9.5.2.7.2** Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo TJPA.

**9.5.2.7.3** É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças de vídeo deverão ser fornecidas em DVD; os spots e/ou jingles, em CD; as peças de internet, em CD-ROM; as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

### **10. DA REMUNERAÇÃO**

**10.1** Pelos serviços prestados, a Contratada será remunerada da seguinte forma, considerando as disposições constantes da proposta financeira, as quais a contratada encontrar-se-á vinculada:

**10.2** Honorários de \_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores com a efetiva intermediação da Contratada, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolva criação da agência e cuja distribuição não proporcione à Contratada o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

**10.2.1** Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, não sendo acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.

**10.3** Honorários de \_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento), incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização de outros serviços realizados por fornecedores referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias e à elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e elementos de comunicação visual.

**10.3.1** Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, não sendo acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.





**10.4** A título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria Contratada \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará,

**10.4.1** O reembolso dos custos internos será feito no prazo de 15 (quinze) dias da data da entrega da nota fiscal/fatura pela Contratada.

**10.5** Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela Contratada.

**10.6** A Contratada não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

**10.7** Despesas com deslocamento de profissionais da Contratada ou de seus representantes 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.

**10.8** A Contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo Contratante, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este Contrato.

## **11. PROPOSTAS DE PREÇOS**

**11.1** A proposta de preço será apresentada em 1 (um) invólucro, lacrado de forma indevassável de seguinte forma:

**“PROPOSTA DE PREÇOS - INVÓLUCRO Nº 4”**

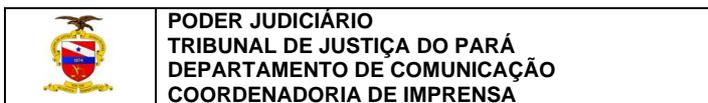
**11.2** A Proposta de Preço deverá conter a exposição da política de preço, tamanho A-4, com detalhamento da negociação de preços e condições junto a fornecedores e veículos de comunicação.

**11.3** A validade da proposta não poderá ser inferior a 90 (noventa) dias.

## **12. SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**12.1** As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.





**12.2** A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

**12.3** A relação dos nomes referida no item anterior será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

**12.4** Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os itens 12.2 e 12.3, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

**12.5** Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

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

**12.7** A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no item 12.3 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

**12.8** O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

### **13. DAS OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS**

#### **13.1 Das obrigações da contratante**

**13.1.1** Prestar as informações e esclarecimentos necessários à CONTRATADA;

**13.1.2** Acompanhar e fiscalizar a execução dos serviços;

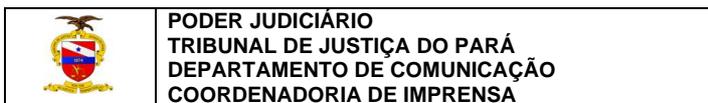
**13.1.3** Efetuar o pagamento na forma e no prazo estabelecido no presente termo.

#### **13.2 Das obrigações da contratada**

Constituem obrigações da Contratada:

**13.2.1.** Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;

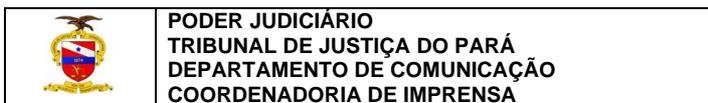




**PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COORDENADORIA DE IMPRENSA**

- 13.2.2** Realizar, com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos, todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo, observadas as especificações estabelecidas pelo Contratante;
- 13.2.3** Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possuem individualmente, em Belém-PA e Região Metropolitana, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao Contratante, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:
- a) Um (01) profissional na área de atendimento;
  - b) Um (01) profissional na área de planejamento;
  - c) Dois (02) profissionais na área de criação;
  - d) Um (01) profissional nas áreas de produção impressa e eletrônica;
  - e) Um (01) profissional na área de mídia;
- 13.2.4** Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Termo, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior;
- 13.2.5** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao Contratante as vantagens obtidas;
- 13.2.6** Transferir ao Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo;
- 13.2.7** Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:
- a) Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pelo Contratante, nos termos do disposto no art. 14 da Lei nº 12.232/2010.
  - b) Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a Contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- 13.2.8** Responder perante o Contratante e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços, objeto deste contrato.





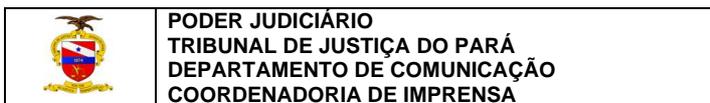
**PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COORDENADORIA DE IMPRENSA**

- 13.2.9** Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o Contratante;
- 13.2.10** Obter a aprovação prévia e expressa do Contratante para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato;
- 13.2.11** Submeter a contratação de fornecedores para a execução de serviços, objeto deste Termo, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência do Contratante;
- 13.2.12** A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a Contratada ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial somente poderá ser realizada após comunicar ao Contratante este vínculo e obter sua aprovação;
- 13.2.13** As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgadas em site aberto pelo Contratante, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.
- 13.2.14** Prestar esclarecimentos ao Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.
- 13.2.15** Não caucionar ou utilizar o presente Termo como garantia para qualquer operação financeira.
- 13.2.16** Manter, durante a execução deste Termo, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência.
- 13.2.17** Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, aos empregados de fornecedores contratados.
- 13.2.18** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto deste Termo, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 13.2.19** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas ao cumprimento do presente Termo.

#### **14 EXECUÇÃO DO CONTRATO E PRAZO DE ENTREGA**

- 14.1** A execução do contrato se dará sob demanda com vigência a partir de sua assinatura, com eficácia legal após sua publicação no Diário Oficial do Estado.





**PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COORDENADORIA DE IMPRENSA**

**14.2** O prazo de entrega das demandas obedecerá às peculiaridades de cada serviço, cuja execução são variáveis, devendo ser estabelecido o prazo de máximo de até 10 (dez) dias úteis, contados a partir da formalização do pedido.

#### **15 LOCAL DE ENTREGA**

Os serviços deverão ser entregues na Coordenadoria de Imprensa do Departamento de Comunicação do TJPA, órgão designado para o devido acompanhamento das fases de produção.

#### **16 GESTÃO DO CONTRATO**

##### **16.1. ACORDO NÍVEL DE SERVIÇO**

Os serviços serão recebidos pelo fiscal do contrato ou seu substituto da seguinte forma:

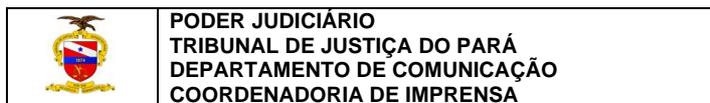
- a) Provisoriamente, para efeito de testes e verificação da qualidade, quantidade e da conformidade com as especificações solicitadas. Não poderão ser remunerados, considerando o princípio da alteridade;
- b) Definitivamente, após realizada a verificação com aceitação da conformidade citada no subitem anterior;
- c) O prazo para o recebimento definitivo será de quatro horas, contados da data do recebimento provisório;
- d) Caso o serviço não seja compatível com as especificações solicitadas, a CONTRATADA deverá proceder a correção no prazo máximo de 5 (cinco) horas a contar da notificação ou, considerando as peculiaridades de cada serviço, cuja execução pode ser variável, em razão da complexidade, o prazo máximo poderá ser definido em acordo entre as partes;
- e) O recebimento provisório ou definitivo não exclui a responsabilidade civil e administrativa da CONTRATADA, nem ético profissional pela perfeita execução do contrato.

#### **17 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**17.2** O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

- I – Advertência;
- II – Multa de mora e multa compensatória;





III - Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 02 (dois) anos;

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

**17.3** Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

**17.4** As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

**17.5** As sanções aplicadas serão registradas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF pela CONTRATANTE.

**17.6** A CONTRATANTE comunicará, por escrito, à CONTRATADA que a sanção foi registrada no SICAF.

**17.7** A falha na execução contratual restará configurada quando:

**17.7.2** A CONTRATADA cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

**17.7.3** Comprovadas as falhas, a CONTRATANTE poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

Grau da infração	Correspondência
Leve	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,025 %, por incidência, sobre do serviço (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,1 %, por incidência, sobre o valor do serviço.
Grave	Multa no valor de 0,5 %, por incidência, sobre o valor do serviço.

Tabela 3 – Infrações

Item	Descrição	Grau	Incidência
------	-----------	------	------------



	<b>PODER JUDICIÁRIO</b> <b>TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ</b> <b>DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO</b> <b>COORDENADORIA DE IMPRENSA</b>
--	---

1.	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Média (passível de correção)	Semestral
2.	Demora para centralizar o comando da publicidade da <b>CONTRATANTE</b> no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
3.	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, mediante demanda da <b>CONTRATANTE</b> .	Grave	Semestral
4.	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	Leve (passível de correção)	Semestral
5.	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da <b>CONTRATANTE</b> .	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
6.	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à <b>CONTRATANTE</b> todas as vantagens obtidas.	Grave	Por ocorrência.
7.	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela <b>CONTRATANTE</b> no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto do contrato.	Grave	Por ocorrência.
8.	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela <b>CONTRATANTE</b> .	Grave	Por ocorrência.
9.	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto do contrato.	Grave	Por ocorrência
10.	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à <b>CONTRATANTE</b>	Média (passível de correção)	Semestral
11.	Não observar os prazos estabelecidos pela <b>CONTRATANTE</b> na condução dos serviços objeto do contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
12.	Provocar prejuízos e danos à <b>CONTRATANTE</b> devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto do contrato.	Grave	Por ocorrência
13.	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da <b>CONTRATANTE</b> .	Grave	Por ocorrência.



	<b>PODER JUDICIÁRIO</b> <b>TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ</b> <b>DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO</b> <b>COORDENADORIA DE IMPRENSA</b>
--	---

14.	Não repassar à <b>CONTRATANTE</b> todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	Grave	Por ocorrência.
15.	Não repassar à <b>CONTRATANTE</b> o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	Grave	Por ocorrência.
16.	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da <b>CONTRATANTE</b> , preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Por ocorrência.
17.	Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos no contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da <b>CONTRATANTE</b> .	Grave	Por ocorrência.
18.	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010. (Igualdade racial)	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
19.	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução do contrato, sem a autorização prévia e por escrito da <b>CONTRATANTE</b> .	Grave	Por ocorrência.
20.	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da <b>CONTRATANTE</b> em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
21.	Não apresentar à <b>CONTRATANTE</b> , para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.



	<b>PODER JUDICIÁRIO</b> <b>TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ</b> <b>DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO</b> <b>COORDENADORIA DE IMPRENSA</b>
--	---

22.	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da <b>CONTRATADA</b> tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	Grave	Por ocorrência.
23.	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da <b>CONTRATANTE</b> .	Grave	Por ocorrência.
24.	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela <b>CONTRATANTE</b> , sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos. a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais; b) Internet: arquivos digitais; c) Rádio: arquivos digitais; d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
25.	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da <b>CONTRATANTE</b> .	Grave	Por ocorrência
26.	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da <b>CONTRATANTE</b> .	Grave	Por ocorrência.
27.	Recusar o ressarcimento à <b>CONTRATANTE</b> de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Por ocorrência.
28.	Não prestar o devido esclarecimento à <b>CONTRATANTE</b> sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a <b>CONTRATADA</b> .	Grave	Por ocorrência
29.	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrência
30.	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto do contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
31.	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Média (passível de correção)	Por ocorrência



	<b>PODER JUDICIÁRIO</b> <b>TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARÁ</b> <b>DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO</b> <b>COORDENADORIA DE IMPRENSA</b>
--	---

32.	Não manter durante a execução do contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Média (passível de correção)	Semestral
33.	Não apresentar, quando solicitado pela <b>CONTRATANTE</b> , a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
34.	Gerar prejuízos e infrações à <b>CONTRATANTE</b> na prestação dos serviços objeto do contrato.	Grave	Por ocorrência
35.	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
36.	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Leve (passível de correção)	Semestral

**17.7.4** As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções.

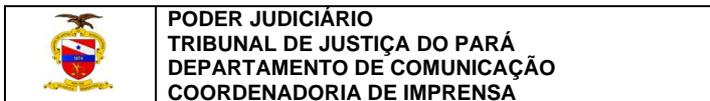
**17.7.5** No ato de advertência, a **CONTRATANTE** estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade.

**17.7.6** A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

**17.7.7** O atraso sujeitará a **CONTRATADA** à multa de:

- I. 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;
- II. 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da **CONTRATANTE**, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.





**17.7.8** O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total do contrato, a juízo da CONTRATANTE.

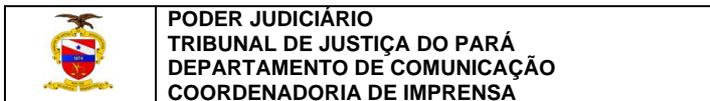
**17.7.9** A CONTRATADA estará sujeita à multa compensatória de:

- I. 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória do contrato;
- II. 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:
  - a) inexecução total do contrato;
  - b) pela interrupção da execução do contrato, sem prévia autorização da **CONTRATANTE**.
- III. 0,07% (sete centésimo por cento) do valor do contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista neste termo;
- IV. até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar do contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

**17.8** A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração poderá ser aplicada à **CONTRATADA** se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

- I. por até 06 (seis) meses:
  - a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a **CONTRATANTE**;
  - b) execução insatisfatória do objeto deste termo, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa;
- II. por até 02 (dois) anos:
  - a) não conclusão dos serviços contratados;
  - b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes do da Planilha de Autorização de Produção (PAP) ou da Planilha de Autorização de Veiculação (PAV) ou documento equivalente, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;





- c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à **CONTRATANTE**, ensejando a rescisão contratual por sua culpa;
- d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) apresentação, à **CONTRATANTE**, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem ao contrato, que venha ao conhecimento da **CONTRATANTE** após a assinatura do contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da **CONTRATANTE** após a assinatura do contrato;
- g) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução do contrato, sem consentimento prévio e expresso da **CONTRATANTE**.

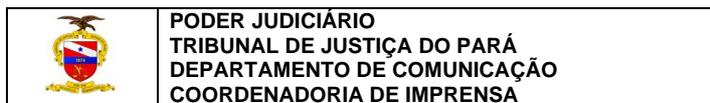
**17.9** A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da **CONTRATANTE**, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à **CONTRATANTE** ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

**17.10** A declaração de inidoneidade será aplicada à **CONTRATADA** se, entre outros casos:

- I. sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;
- II. demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a **CONTRATANTE**, em virtude de atos ilícitos praticados;
- III. reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução do contrato, sem consentimento prévio da **CONTRATANTE**.

**17.11** A declaração de inidoneidade implica proibição da **CONTRATADA** de transacionar com a Administração, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.





**17.12** Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

**17.13** O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

- a) a advertência e a multa: à autoridade competente, por intermédio do gestor ou fiscal;
- b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração.

**17.14** As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a **CONTRATADA** por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

**17.15** A aplicação das sanções previstas neste termo não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da **CONTRATADA** por eventuais perdas e danos causados à **CONTRATANTE**.

**17.16** O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente termo, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da **CONTRATADA**.

**17.17** O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela **CONTRATANTE**.

## **18 FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

**18.2** A **CONTRATANTE** fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado, conforme cláusulas dispostas neste termo.

**18.3** Os serviços demandados serão considerados aceitos pelo TJPA mediante aprovação do Departamento de Comunicação e/ou do Coordenadoria de Imprensa do TJPA.

**18.4** O contrato terá como gestor o diretor do Departamento de Comunicação do TJPA, Linomar Saraiva Bahia, e o fiscal do contrato será o Coordenador de Imprensa do TJPA, João Batista Vital de Castro.

