



PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCUMÃ
DEP. COMPRAS

Ofício n. 022/2022- DEP. DE COMPRAS/PMT.

Tucumã PA, 23 de Março de 2022.

ILMA

Sra. Débora de Souza Martins

Exma. Presidente Comissão de licitação.

ASSUNTO: Contratação de Empresa para Prestação de Serviços de Publicidades, para suprir as necessidades das Secretarias Municipais de Tucumã.

Prezada Senhora,

Cumpre informar a Vossa Senhoria da demanda de solicitação, para atender a secretaria conforme relacionada abaixo.

JUSTIFICATIVA: Contratação de empresa para Prestação de Serviço de publicidade 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 a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitarias para públicos de interesse, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes: a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato; b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; c) produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada par atenderem as demandas da Prefeitura Municipal de TUCUMA e fundos Municipais.

Abaixo relacionamos as solicitações de despesas com os valores estimados para contratação de Agência de Propaganda para atender as demandas das secretarias desta Prefeitura Municipal:

ITEM	DESCRIÇÃO	SOLICITAÇÃO DE DESPESA	VALOR ESTIMADO
1	SEC MUN DESENVOLVIMENTO SOCIAL	20220323003	100.000,00
2	SEC MUN DE ADM E PLANEJAMENTO	20220323004	350.000,00
3	CONSELHO MUNICIPAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E ADOLESCENTE	20220323005	20.000,00
4	SEC MUN DE EDUCAÇÃO E CULTURA	20220323006	330.000,00



PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCUMÃ
DEP. COMPRAS

5	SEC MUN MEIO AMBIENTE IND E TURISMO	20220323007	100.000,00
6	SEC MUN DE SAÚDE	20220323008	100.000,00
VALOR TOTAL ESTIMADO PARA CONTRATAÇÃO			1.000.000,00

Em anexo segue projeto elaborado pelo departamento de comunicação desta Prefeitura Municipal para melhor justificar e orientar a elaboração do edital da licitação.


NATALIA S. S. REIS
Diretor dep. de compras
Decreto N° 009/2022

LICITAÇÃO

PREFEITURA DE
Tucumã



história

Oriundo do Projeto Carajás, de 1977, a formação deste território compreendido como município de Tucumã, surgiu da necessidade em ocupar o grande vazio demográfico, a Gleba Carapanã. Um projeto particular realizado pela Construtora Andrade Guterrez. Os primeiros pilares da cidade foram construídos em 1981 e no ano seguinte foram assentados os primeiros colonos, vindos da região sul do País, por possuírem tradição agrícola e recursos próprios para se auto sustentarem, pelo menos, no primeiro ano de assentados.

Com a descoberta do ouro na região, houve uma atração populacional natural. E posteriormente uma perda de controle, por parte da Andrade Gutierrez, que recuou com os investimentos no Projeto Carajás, após a invasão do mesmo por mais de três mil famílias.

A partir daí, o povo se uniu e formou o Conselho de Desenvolvimento Comunitário de Tucumã (Codetuc), que tinha como objetivo ordenar as ocupações urbanas, preservando o planejamento urbanístico, áreas ambientais comuns, serviços públicos essenciais e os bens da União guardados e em uso pelo poder público municipal.

A criação do Conselho foi de grande valia para a comunidade de Tucumã, uma vez que procurou acalmar os ânimos da população que estava exaltada na área, propiciou a ampliação de atividades ligadas à indústria madeireira e à exploração do ouro, além de permitir o andamento de outras atividades essenciais para o desenvolvimento de Tucumã.

O município de Tucumã só foi criado em 10 de maio de 1988, pela Lei nº 5.455, estatuída pela Assembleia Legislativa do Estado e sancionada pelo governador Hélio Gueiros, com área desmembrada do município de São Félix do Xingu. Em 15 de novembro de 1989 foram realizadas as eleições gerais municipais com instalação da prefeitura e câmara dos vereadores em 1º de janeiro de 1990. Em divisão territorial datada de I-VI-1995, o município é constituído do distrito sede.

Tucumã forma com a cidade vizinha, Ourilândia do Norte, a única área conurbada - fenômeno urbano da unificação de duas ou mais cidades que, devido ao seu crescimento geográfico, fundem-se umas às outras - do sudeste do Pará.



município

Segundo panorama atualizado do último censo, que data 2010, a população do município é de 33.690, mas com densidade demográfica de 13,41 hab/km². Nesta análise foi atestada que a população, ao verificar o salário médio dos trabalhadores formais não alcançou dois salários mínimos.

A taxa de escolarização, dos 6 aos 14 anos, chega a 96,5%, com IDEB de 4,4 nos anos iniciais e 3,8 nos anos finais do ensino fundamental da rede pública. Já o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) é de 0,659, ainda em 2010.

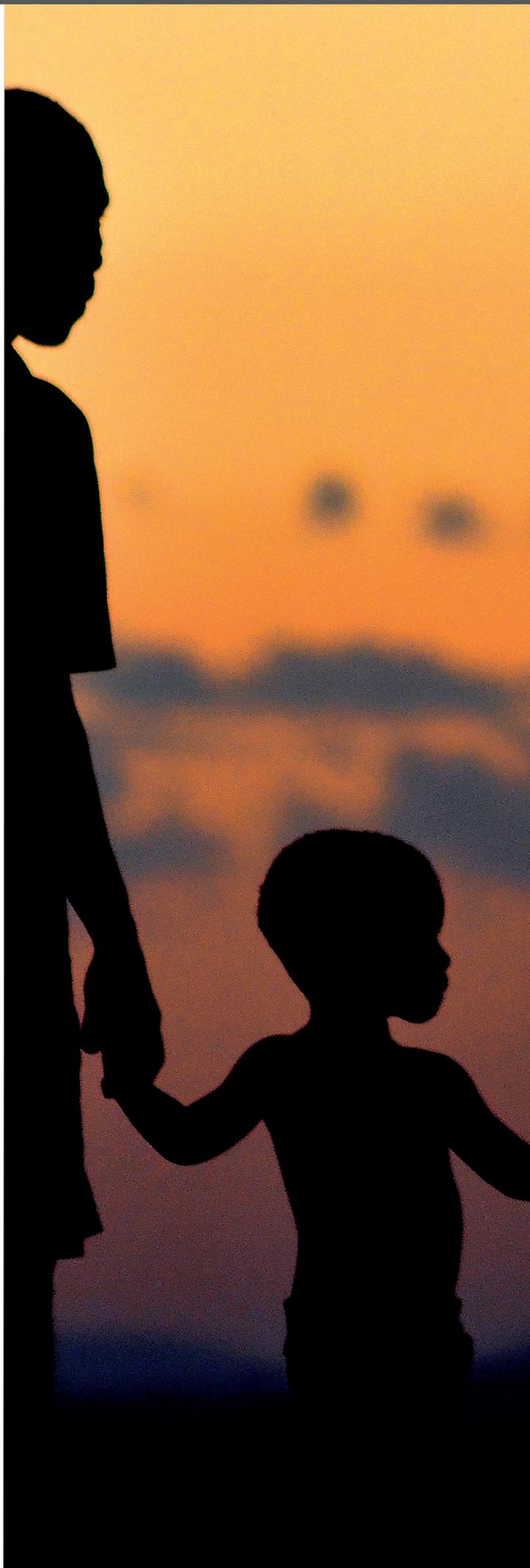
Nesse mesmo Censo ficou sabido que o Esgotamento Sanitário Adequado ficou nos 32,1%, já a arborização de vias públicas de 34,7% e apenas 0,1 de urbanização.

Segundo estimativas, ainda do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município tinha uma população de 40 136 habitantes em 2020. Seu PIB, em 2015, era de R\$ 566,7 milhões. Segundo o PNUD/2000, o IDH do município subiu para 0,747 e sua renda per capita em 2015 era de R\$ 15.452,90.

A economia de Tucumã está sustentada nas atividades de agropecuária e extrativas vegetal e mineral. Durante a década de 90, o município esteve em uma situação muito adversa, traduzida na dificuldade de adaptação dos colonos, falta de transportes, de estradas com pavimentação asfáltica, e de doenças típicas da região. Entretanto a partir dos anos 2000, houve uma grande mudança estrutural na cadeia produtiva da região que se tornou uma grande produtora de arroz, cacau, café, feijão e milho, também sendo uma grande produtora de leite, aliada a expectativa de pavimentação asfáltica da PA-279, principal estrada de ligação do município com o Brasil.

Atualmente, a indústria de laticínios é uma atividade que cresce muito no município, devido à qualidade do rebanho pecuário e a dimensão da bacia leiteira local que é uma das maiores do Pará. Os laticínios do município estão entre os maiores e mais produtivos do Norte do Brasil, exportando todo o seu excedente para os mercados locais e para o exterior. A atividade frigorífica também é muito forte no município.

O processamento e beneficiamento de grãos, e das safras de cacau também são destaque junto à atividade agroindustrial do município. A grande produtividade marginal de cacau no município de Tucumã, sempre supera em produtividade marginal a produção na Bahia, que é de longe o maior produtor do país.



O PAPEL QUE A ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E SUAS CONTRIBUIÇÕES PARA OS ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL.

comunicação



Sem o status de Secretaria, o atual papel da Assessoria de Comunicação dentro da Prefeitura de Tucumã funciona como facilitador de relacionamento entre o órgão público municipal e a mídia, por meio da divulgação dos acontecimentos. Desta forma, este setor tem por competência: a proposição e a coordenação da política de relações públicas e de comunicação externa e interna do poder executivo; a promoção e divulgação de fatos e informações de interesse público, sobre a cidade e os serviços municipais.

Desta forma, buscar informações junto ao Gabinete e as Secretarias de atividades, que possam ser transformadas em notícias de interesse dos meios de comunicação e da comunidade; acompanhar as audiências públicas e divulgá-las; Produção e edição de vídeos, boletins de informativos; acompanhar eventos, coletar dados e imagens fotográficas, estão entre as principais atribuições.

Dentre as ações previstas para serem desempenhadas pela Assessoria de Comunicação estão envolvidas ao acompanhamento e feedback das ações desenvolvidas

pela prefeitura. Ao serem executadas, serão acompanhadas e catalogadas. Desta forma, serão criados materiais de divulgação para cada serviço. A divulgação desses resultados pode ser feita de diversas formas, tais como as mídias sociais, ou com mídias offline e rádio.

Visando estabelecer um canal com a população, um ponto forte deste governo será à proximidade com as comunidades e no concretizar de uma política de desenvolvimento sustentável. Este conceito poderá ser visto em relatórios, com suas missões e valores. Sustentabilidade de Tucumã também é compartilhar o crescimento do município com a sua população. Esta proximidade dará a esta gestão a credibilidade pelo acompanhamento dos maiores beneficiários, sempre mantendo o vínculo de perto.

Ao final de um ano, com tudo catalogado, fazer um vídeo de balanço, mas focado no agradecimento, pelo ano que se passou, pelo crescimento e avanço conseguido. De cunho institucional, o objetivo deste produto está na consolidação desta gestão junto à opinião pública.

O QUE ESPERAMOS DA
AGÊNCIA VENCEDORA:

agência

Sob a ótica da Comunicação Estratégica Integrada, a padronização na divulgação a ser emitida pela prefeitura, tanto na geração de conteúdo bem como na prestação de contas, dos serviços a serem ofertados à população, são de primeira importância.

Com a prestação de serviço da agência, que engloba ações voltadas para a Comunicação Social, tais como jornalismo, marketing, publicidade e propaganda, a agência deve oferecer o serviço de assessoria geral, tais como: imprensa, relações públicas e produção de conteúdo institucional, digital e off-line. Com habilidades em planejamento de comunicação, gerenciamento de crise, atendimento à imprensa, gestão de pessoas e comunicação visual. Além da construção de uma unidade imagética sólida e concomitante aos interesses para o sucesso da gestão.

Portanto, a agência deverá contribuir com a coordenação comunicacional institucional, no que tange a integração e organização, desde o planejamento estratégico, focada na excelência no relacionamento com os profissionais da mídia, press-releases, controle do fluxo de informação, elaboração de clipping, produção de informativos, captação da informação jornalística - áudio e vídeo, formalização de cases, redação de campanhas, media training e mídias sociais.



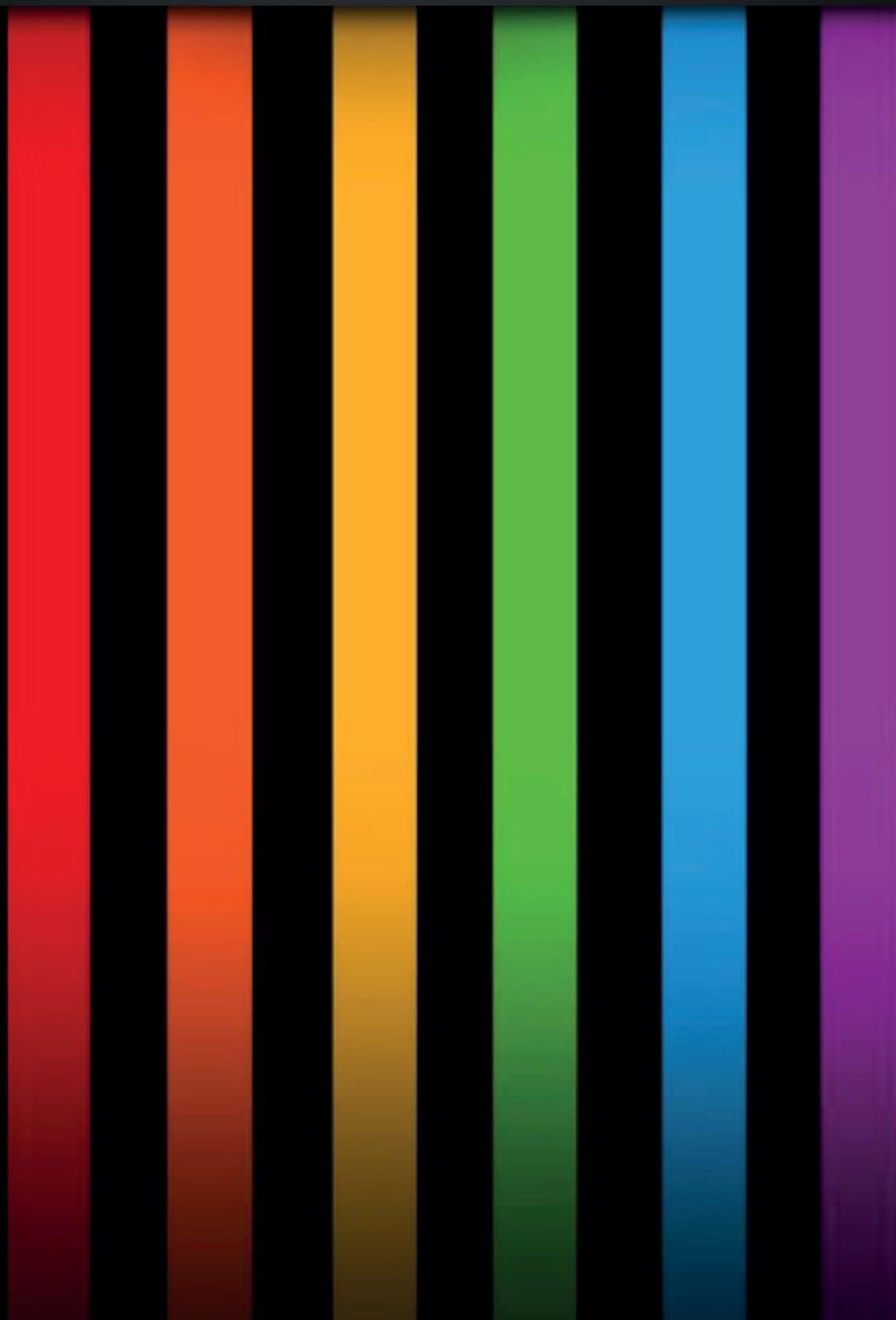
Resultados

Mensurar resultados de comunicação é uma tarefa obrigatória para quem busca sempre encontrar maneiras de tornar o trabalho mais produtivo e eficiente internamente.



LICITAÇÃO

PROPOSTA
Annual



A PROPOSTA ANUAL DEVERÁ CONTER

Identidade Visual:

Com a padronização na construção imagética, aprovada e lançada a contento, para marcar a atual gestão. Todo e qualquer material externo a ser publicado irá obedecer a mesma identidade visual. Isso garante confiança. A ideia é o fornecimento de todo o material necessário, que vai desde a criação da marca e gestão deste conteúdo, perpassando pelo posicionamento no mercado de Tucumã, focando sempre na criatividade e inovação. Tudo isso embasado pelo planejamento, com acompanhamento e avaliação.



Público específico:

Será por meio da criação de campanhas adjacentes que consolidaremos a marca criada. Ainda sob a unidade visual desenvolvida, será preciso contemplar os mais diversos públicos. Sob esta ótica, a ideia vai além do fortalecimento da “marca”, mas está intimamente ligado a uma “prestação de contas” sob os pontos abordados no plano de governo. Aqui daremos ênfase aos públicos, por exemplo, jovens, idosos, mulheres e crianças.



Levantamento de Ações:

Ao receber a Prefeitura é preciso saber como estamos recebendo o município. Afinal, qual o ponto de partida desta gestão? Para podermos analisar o governo passado, o primeiro ano desta atual administração ou o final deste mandato, é preciso traçar um comparativo. Desta forma, a proposta trará a necessidade de um levantamento geral, das diversas áreas da gestão pública, para a compilação desses dados e assim marcar o início desta gestão com clareza e transparência.



Datas comemorativas:

Dentro das atividades que serão desenvolvidas, parte delas será voltada para prestação de apoio as datas comemorativas que precisam ser trabalhadas pela prefeitura. Após pontuadas, será preciso desenvolver ações pertinentes a cada uma delas, desde a postagens nas redes sociais, que serão mantidas pela equipe de mídias sociais, até a ações de maior abrangência, como o aniversário da cidade, entre outras.



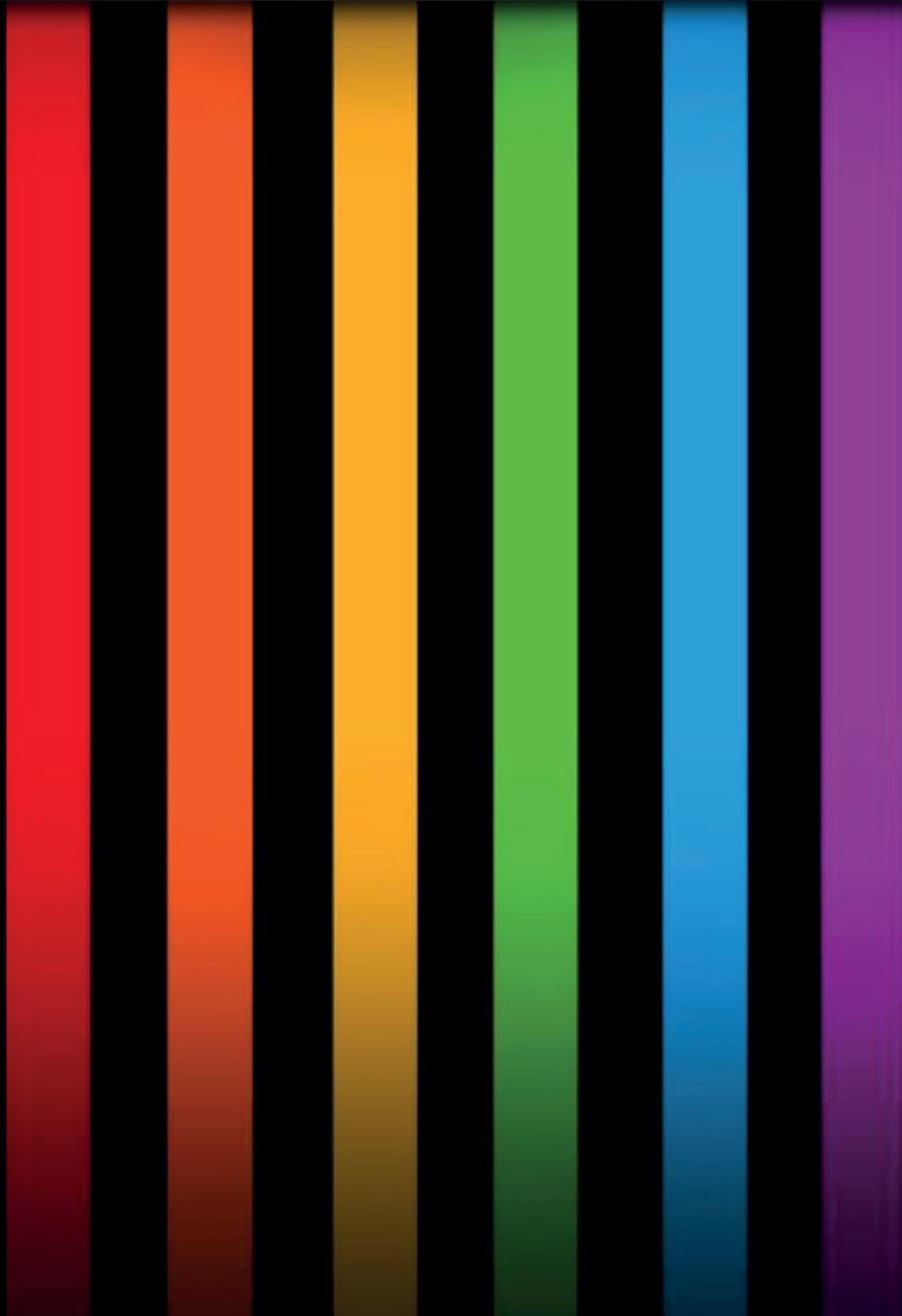
Análise e execução Festividades:

Com as datas comemorativas mapeadas, que terão identidade visuais próprias e pré-definidas, todas elas, como carnaval, festa junina, natal na cidade, poderão ser programadas e articuladas como merecidas. Desta forma, sugerimos uma coordenação para que seja conduzida a ação, desde o período de pré-produção até a finalização dos materiais de divulgação pós-evento.



LICITAÇÃO

Briefing



ESPECIFICAÇÕES DE UM TEMA PARA OS LICITANTES DESENVOLVER UMA CAMPANHA FICTÍCIA PARA O MUNICÍPIO DE TUCUMÃ.

meu lixo ta ai, e ai?

A globalização e o crescente desenvolvimento da tecnologia fizeram com que cada dia mais o homem aumentasse o seu rol de necessidades, tendo, por conseguinte, que consumir para supri-los. Contudo, o desenvolvimento atual da nossa sociedade demonstra atitudes consumistas, não condizentes com o consumo responsável e útil dos bens aos quais temos acesso. O consumo diário para suprir as carências humanas faz com que haja um descarte natural do que já foi utilizado, gerando assim resíduos. Com o consumo exacerbado e desmedido, essa produção de resíduos acarreta quantidades extremas de lixo, que se não descartado corretamente pode resultar em danos irreversíveis para o meio ambiente e para a saúde dos seus habitantes.

Segundo dados do Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil 2020, a geração saiu de 66,7 milhões de toneladas em 2010 para 79,1 milhões em 2019, uma diferença de 12,4 milhões de toneladas. O mesmo estudo diz ainda que cada brasileiro produz, em média, 379,2 kg de lixo por ano, o que corresponde a mais de 1 kg por dia.

Justificativa:

O lixo é um dos grandes problemas da sociedade moderna. Isso porque cada vez mais temos novidades e tecnologias que fazem com que as coisas se tornem obsoletas e descartáveis, destacando a importância de adotar medidas adequadas para tratamento do nosso lixo, bem como, a conscientização na população em ter responsabilidade com o lixo gerado na sua casa e por indivíduo.

Em virtude do supracitado problema, solicitamos desenvolver uma campanha que traga conscientização e responsabilidade pessoal e populacional do lixo, levantando os problemas gerados em todas as áreas da cidade e da gestão.

Objetivo:

Criar em cada pessoa da cidade o sentimento de responsabilidade e de cuidado com seu lixo gerado.

Desta forma pretende-se o alcance de respostas sobre a responsabilidade dos particulares e do Estado relacionadas à produção em massa de resíduos

Abrangência da campanha:

A campanha deverá ser massificada em todas as mídias disponíveis, deverá atingir toda zona rural e urbana.

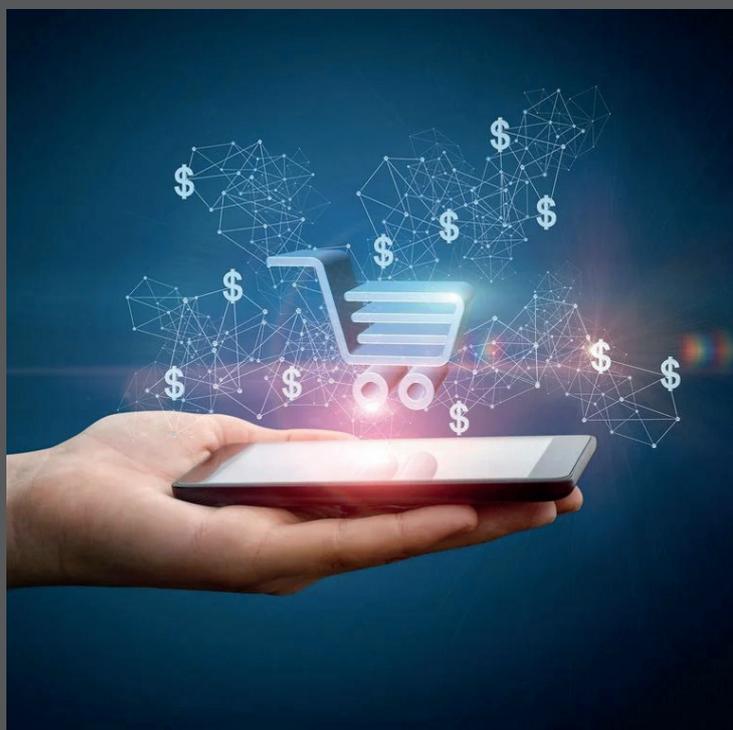


PEÇAS PUBLICITÁRIAS

publicidade

Definir slogan forte da campanha, que implaque e maque cada um que ler e puder ter acesso, criar a imagem desse conceito definindo layout, cores e fontes que marquem presença e que sejam lembrados.

Traçar qual a melhor estratégia de ataque sejam em mídias online e offline, tv, rádio ou internet, o certo é que as peças publicitárias tem que conversar entre si, mantendo a mesma unidade visual com o objetivo de gravar na população a campanha não importa onde esteja sendo veiculada.



A verba fictícia disponível para a ação é de:

R\$300.000,00



MEIOS DE *comunicação*

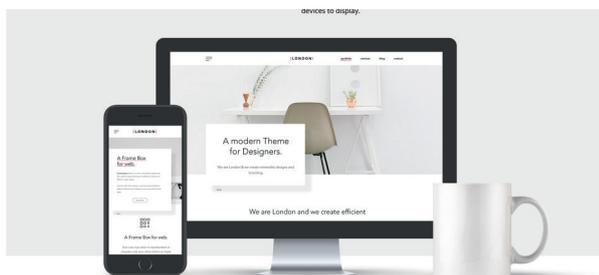
Meios e formas de comunicação disponíveis no município ou outras regiões que a o município de Tucumã poderá utilizar.



Radio



Tv's



On line



Off line



Ações



Social