



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Processo nº. 102/2021 Tomada de Preços nº 001/2021

PREÂMBULO:

A CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 15.388.606/0001-13, torna público para conhecimento dos interessados que, na Sala da Comissão de Licitação, localizada à Praça Nossa Senhora Imaculada Conceição, nº 85, Centro, na cidade de Aquidauana, Estado de Mato Grosso do Sul, será realizada no dia 26/10/2021, às 08:00, a licitação na modalidade TOMADA DE PREÇOS do tipo “técnica e preço”, execução indireta, sob o regime de empreitada, visando a contratação de agência de propaganda, em conformidade ao que determina a Lei Federal nº 8.666/93, de 21/06/93, com alterações posteriores introduzidas pelas Leis nº. 8.883/94 e 9.648/98; pelas Leis nº. 4.680/65 e nº 12.232/2010, Decreto nº 57.690/66, Decreto nº 24.563, de 31.12.02; das Normas- Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão) e pelas disposições deste Edital;

O certame será conduzido pela Comissão Permanente de Licitação, composta pelos seguintes servidores: Adriana da Costa Marques, Dufles Pinto de Souza e Ana Maria de Souza, todos designados pela Portaria nº. 050/2021;

Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão obrigatoriamente o horário de Mato Grosso do Sul;

As despesas correrão por conta da seguinte classificação orçamentária:

01.01.031.0200.2.001.3.3.90.39.0100 Outros Serviços de Pessoa Jurídica.

O edital completo poderá ser obtido no endereço eletrônico: [www.cmaquidauana.ms.gov.br](http://www.cmaquidauana.ms.gov.br) ou no endereço da Câmara Municipal de Aquidauana-MS, sito à Praça Nossa Senhora Imaculada Conceição, nº 85, Centro, Aquidauana/MS.

AQUIDAUANA-MS, 24 de setembro de 2021.

Adriana da Costa Marques

Presidente da Comissão Permanente de Licitação.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Processo Administrativo nº 102/2021

**EDITAL DA TOMADA DE PREÇOS 001/2021**

A CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA, através da Comissão Permanente de Licitações CPL, torna público aos interessados que realizarão no dia 26 de outubro de 2021, às 08:00 horas, na sala de reuniões da Câmara Municipal de Aquidauana-MS, a tomada de preços, do tipo “técnica e preço”, para a contratação de Agência de Propaganda para a prestação de serviços de publicidade.

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei Federal n.12.232/2010, com aplicação de forma suplementar das Leis n. 4.680/65 e n. 8666/93 e as disposições previstas neste edital.

Aplicam-se também o Decreto Federal n.º 57.690/66, e suas alterações posteriores através do Decreto n.º 4.563 de 31 de dezembro 2002, pelo Decreto Estadual n.º 12.365, de 3 de julho de 2007 e pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, reconhecidas como aplicáveis pelo Decreto n. 4.563/2002.

## **1. DO OBJETO**

1.1 O objeto desta licitação é a contratação de (uma) agência de propaganda para prestação de serviços nos setores de publicidade e 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, regulamentada pela Lei n. 12.232, de 29 de abril de 2010 e demais disposições legais previstas neste edital.

1.2 A agência contratada atuará por ordem e conta da CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS, em conformidade com o art. 3º, da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

a) veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaços



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

publicitários, sem qualquer restrição de mídia;

b) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução das peças, campanhas e demais materiais conexos.

1.3 As despesas decorrentes desta licitação, para um período de 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

1.4. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços objetos do edital nos termos do art. 78, inciso VI, da Lei nº 8.666/93.

## **2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

2.1 Poderão participar desta licitação, os interessados cujo ramo de atividade seja compatível com o objeto desta licitação que estiverem devidamente cadastrados na Câmara Municipal de Aquidauana-MS ou que atenderem a todas as condições exigidas para cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, observada a necessária qualificação e ainda, que seja certificada pelo Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP conforme dispõe o artigo 4º, da Lei nº 12.232/2010 e esteja com seu Certificado de Qualificação Técnica em plena vigência.

2.2 Não poderá participar desta licitação a licitante:

- a) que esteja em processo de concordata e/ou falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação, cisão, fusão e/ou incorporação;
- b) que por qualquer motivo tenha sido considerada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública, direta, indireta, federal, estadual ou municipal;
- c) que esteja reunida em consórcio;
- d) estrangeira, sem sede no País.

## **3. DO CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES**

3.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Comissão Permanente de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade, no ato programado para a entrega dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

3.2. O credenciamento far-se-á mediante a apresentação dos seguintes documentos:

a) No caso de diretor, sócio ou proprietário da empresa que comparecer ao local, deverá comprovar a representatividade por meio da apresentação de ato constitutivo, estatuto, contrato social ou documento equivalente da eleição de seus administradores, devidamente registrados na Junta Comercial ou no cartório de pessoas jurídicas, conforme o caso além do Certificado de Qualificação Técnica, válido na data de abertura, expedido pelo CENP – Conselho Executivo de Normas-Padrão;

b) Tratando-se de procurador deverá apresentar instrumento público ou particular de procuração, com poderes expressos para formular ofertas e lances de preços e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome da proponente, acompanhado do correspondente documento, dentre os indicados no subitem acima que comprove os poderes do mandante para a outorga.

3.2.1. A participação de representante da empresa não credenciado, na forma deste edital, não implica na inabilitação da mesma, mas impede o representante de discordar ou de se manifestar contra as decisões tomadas pela Comissão.

3.2.2. Os documentos mencionados nas alíneas “a” e “b”, do subitem 3.2 acima, deverão ser apresentados fora dos envelopes que contém as Propostas e serão juntados ao processo.

3.3. O não comparecimento de qualquer dos participantes na reunião em que serão recebidos os envelopes de documentação e de propostas não impedirá que ela se realize, ocasião em que será aberto o prazo recursal na forma da Lei.

3.4. As empresas interessadas que desejarem participar desta licitação deverão comparecer no dia, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital, para entregar à CPL os envelopes fechados e indevassáveis, conforme estabelecido no item 4 deste edital.

3.5. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos envelopes diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.

**4. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS**

4.1. As Propostas de Técnica e de Preço deverão ser apresentadas à Comissão Permanente de Licitação em envelopes distintos e separados, todos fechados, os quais deverão ser identificados com as informações abaixo previstas.

4.1.1 A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos, a saber:

**ENVELOPE Nº 1:**

a) Plano de Comunicação Publicitária – **VIA NÃO IDENTIFICADA**. Este envelope será padronizado e fornecido pela CPL. O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário das 07 horas até as 11 horas, no endereço citado no preâmbulo, junto a Comissão Permanente de Licitação, mediante a apresentação de requerimento do interessado.

b) O envelope nº 1 não poderá ter nenhuma identificação ou apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da licitante.

**ENVELOPE Nº 2:**

c) Plano de Comunicação Publicitária - **VIA IDENTIFICADA**. Este envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária

VIA IDENTIFICADA

Nome empresarial e CNPJ da licitante

TOMADA DE PREÇOS nº 001/2021

d) O envelope nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**ENVELOPE Nº 3:**

e) No envelope nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

f) Este envelope não poderá conter nenhuma marca, sinal, etiqueta ou outro indicativo que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do mesmo. Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

TOMADA DE PREÇOS nº 001/2021

g) Este envelope 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.

4.1.1.1. O Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA, deverá conter:

- a) Raciocínio Básico;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) Ideia Criativa e,
- d) Estratégia de Mídia.

4.1.1.1.1 A CPL só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA se estiver acondicionado no Envelope nº 1, que fora fornecido pela própria CPL.

4.1.1.1.2. O Plano de comunicação publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA deverá ser redigido em conformidade com o subitem 5.3.

4.1.1.1.3. As tabelas, gráficos e planilhas do subquestito “Estratégia de Mídia”



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

poderão ter fonte arial, com tamanho habitualmente utilizado nesses documentos.

4.1.1.1.4. O plano de comunicação publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.

4.1.1.1.5. O Envelope n.º 1 deverá ser retirado pelas licitantes no endereço citado no preâmbulo do edital, com a Presidente da CPL, no horário das 07 às 11 horas.

4.1.1.2. O Plano de comunicação publicitária – VIA IDENTIFICADA deverá ser apresentado no Envelope n.º 2, assim devidamente identificado, mediante aposição de etiqueta, conforme abaixo:

À COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2021 ENVELOPE N.º 2 PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO: (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Publicidade e Estratégia de Mídia) Razão Social da Licitante: CNPJ/MF
--

4.1.1.3. O Envelope n.º 2 será 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 a sua abertura.

4.1.1.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças que ilustram a “Ideia Criativa”, deverá constituir-se em uma cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.1.1.5. O Conjunto de Informações (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) será informado no Envelope n.º 3, assim identificado, mediante aposição de etiqueta, conforme abaixo:



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

À COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS  
TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2021  
ENVELOPE N.º 3  
PROPOSTA TÉCNICA - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES: (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação)  
Razão Social da Licitante:  
CNPJ/MF

4.1.1.5.1. O Envelope n.º 3 será 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 a sua abertura.

4.1.1.5.2. O Envelope n.º 3 e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter qualquer informação, marcas, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada e que permita a identificação de sua autoria, antes da abertura do envelope n.º 2.

4.1.2 A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no Envelope n.º 4 assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

À COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS  
TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2021 ENVELOPE N.º 4  
PROPOSTA DE PREÇO  
Razão Social da  
Licitante: CNPJ/MF

4.1.2.1. O Envelope n.º 4 será providenciado pela licitante e deverá estar fechado e rubricado no fecho, contendo a identificação acima.

4.1.2.2. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel timbrado da licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras, conforme modelo do Anexo III, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.1.2.3. Este envelope não poderá ter informação, marca ou sinal, etiqueta,





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

4.2 Todos os conjuntos dos Documentos e Propostas deverão ser apresentados em formato A4, podendo ser utilizado qualquer meio de fixação dos documentos que permita seu fácil manuseio, sem riscos de desprendimento ou perda. Os documentos e propostas deverão ser apresentados sequencialmente de acordo com o Edital e todas as folhas deverão ser numeradas em ordem crescente, apresentando ao final, o Termo de Encerramento declarando o número de páginas que o compõe e firmado pelo representante legal da empresa participante.

**5. DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA PLANO DE COMUNICAÇÃO (Envelopes 1 e 2)**

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

5.1.1 O Plano de Comunicação Publicitária - VIA NÃO IDENTIFICADA - consistirá de impressos em papel sulfite tamanho A4 (210 x 297mm), sob a forma de layout, roteiro, storyboard, tabelas e textos de tipologia Arial, tamanho 12, sem condensação e entrelinhamento simples, e será composta de quatro quesitos:

I - Raciocínio básico, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - Estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Câmara Municipal;

III - Ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária, podendo escolher até 04 (quatro) meios dos que estão abaixo especificados. Deverá a



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

empresa participante produzir, entre os meios especificados nas alíneas “a” até o “e”, quatro que melhor atender a estratégia de comunicação defendida:

- a) Rádio: Spot ou Jingle: roteiro;
- b) Outdoor: layout;
- c) Internet: layout (até 2 peças);
- d) Jornal ou Revista: layout;
- e) Não-mídia: layout (*folder ou cartaz ou folheto*).

IV - Estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ele sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos de no máximo 04 (quatro) páginas, permitindo-se dentro deste limite a inclusão de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que identificarão as peças sugeridas na Ideia Criativa a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, no limite máximo de páginas fixadas.

V - Na simulação de que trata o item 5.1.1. IV:

- a) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;
- b) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

5.1.2 Exclusivamente na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia, os proponentes poderão utilizar os tamanhos da fonte tipográfica Arial que julgarem mais adequados para sua apresentação.

5.2 O Plano de Comunicação Publicitária será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria em envelope padronizado fornecido previamente pelo licitante, e outra com a identificação;

5.2.1 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.

5.3 Será vedada a oposição ao envelope e conteúdo destinado às informações



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de qualquer marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro indicativo que possibilite a identificação do seu proponente/autor antes ou depois da abertura do envelope 01. Ela não poderá ultrapassar o número de páginas previstas no Edital referentes aos seus itens 5.1.1 I, II, III e IV e deverá ser apresentada da seguinte forma:

- em papel A4, 90 g, branco;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos, título e linhas subsequentes;
- sem utilização de “caps lock” ou caixa alta no texto ou título;
- com textos justificados;
- com espaçamento “simples” entre linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito;
- sem grampo;
- sem identificação da licitante.

5.4 Será desclassificada a licitante que descumprir o disposto no item 5.3 acima mencionado.

5.5 A campanha publicitária da proposta vencedora poderá, a critério da Câmara Municipal, ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato.

## **6. CONTEÚDO DO CONJUNTO DE INFORMAÇÕES. ENVELOPE 3.**

6.1 O Conjunto de Informações consistirá nos quesitos capacidade de atendimento, Repertório e Relatos de Soluções:

6.1.1 O envelope de nº 03 deverá conter a Proposta Técnica - Conjunto de Informações, em uma única via que deverá ser datada e assinada pelo representante da Licitante, indicando, no encerramento, a quantidade de páginas que a compõem; consistirá de um caderno impresso em papel sulfite tamanho A4 (210 x 297mm), composto de textos - utilizar tipologia arial,



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

tamanho 12. Deverá conter informações destinadas a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes e compor-se-á de 02 (dois) quesitos:

6.1.2 Capacidade de Atendimento (em textos e/ou fotos):

I. Em no máximo 10 (dez) páginas, a licitante apresentará:

a) Currículos com a quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da agência licitante (no mínimo: atendimento, arte, redação, mídia, planejamento, produção);

b) Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico de que dispõe a licitante para atender a presente licitação;

c) Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração de plano de mídia;

d) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante nos últimos 03 (três) anos, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

e) É facultada a qualquer membro da Comissão ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

f) Não serão aceitos, anexos especiais tais como portfólios impressos ou eletrônicos descrevendo atividades além das formas solicitadas.

6.1.3 Repertório e Relatos de Soluções (em textos e/ou fotos, layouts e mídias CD/DVD/Pen Drive)

I. Apresentação de 3 (três) campanhas (cases), produzidas e veiculadas pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas (contendo



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

indicação do nome do cliente, título, ficha técnica e a indicação de pelo menos 02 - dois - veículos que a divulgaram, devendo ser entre Jornal ou Revista, Outdoor, TV e Rádio), nas quais se incluirão apresentações do problema, solução e resultados em forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas para cada campanha, devendo ser de clientes distintos;

II. A licitante deverá apresentar necessariamente anexo às peças que integraram a campanha, sendo uma peça para cada um dos meios divulgados (no mínimo, as peças dos dois veículos exigidos I);

a) As peças devem ser colocadas após as duas páginas do texto descritivo do repertório/case; não serão aceitos textos explicativos acompanhando as peças em questão, a não ser as palavras indicando do que se tratam (ex: Jornal ou Revista, Outdoor, TV, Rádio, Internet, Mídia Impressa etc).

b) Não há limite de páginas para as peças que ilustram/compõem o repertório, apenas para o texto descritivo do case.

III. Além dos cases, a licitante deverá apresentar 4 (quatro) peças isoladas produzidas para clientes diferentes (sendo uma para cada: Jornal, Outdoor, Rádio e Internet), devendo ser apresentada uma ficha técnica sucinta, com um texto de no máximo dez linhas do problema que cada peça se propôs a resolver e menção de pelo menos um veículo / espaço que a divulgou / exibiu / expôs (não sendo permitido material de distribuição interna. A divulgação/exibição/exposição deverá sempre ser através de mídia de massa).

IV. Vídeo deverá ser fornecido em forma de CD/DVD ou Pen Drive; spot e/ou jingle em CD/DVD ou Pen Drive; outdoor, anúncio de jornal e internet/banner em layouts com textos legíveis;

V. Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

VI. A Comissão Permanente de Licitação poderá solicitar, durante a licitação, aos clientes citados nos cases ou nas peças apresentadas no repertório, confirmação desses trabalhos.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

6.2 Os profissionais indicados na alínea “a”, subitem 6.1.2 Capacidade de Atendimento, deverão estar à disposição para prestação de serviços, caso a licitante seja classificada.

6.3 E facultado à Câmara Municipal produzir e veicular, com ou sem modificações, as campanhas publicitárias da proposta vencedora.

## **7. DA REMUNERAÇÃO E DA PROPOSTA DE PREÇO**

7.1. A Proposta de Preços deverá ser elaborada em conformidade com as condições estabelecidas neste edital – Anexo III, digitada, sem emendas, rasuras ou entrelinhas que venham a ensejar dúvidas, reconhecendo assim, a plena aceitação e aplicação das normas e critérios deste edital, contendo as seguintes informações:

- I. Modalidade e o número desta licitação;
- II. Indicação da empresa: razão social, endereço completo, e-mail, telefone atualizado da proponente, para facilitar possíveis contatos;
- III. Validade da proposta, que deverá ser de, no mínimo, 120 (cento e vinte dias) dias consecutivos, contados do primeiro dia útil posterior à data de abertura da licitação;
- IV. Assinatura do representante legal da empresa com carimbo do CNPJ-MF em todas as vias devidamente identificadas.

7.1.1. O valor dos serviços será sempre precedido da apresentação, ao contratante, da apresentação de no mínimo três (03) orçamentos que deverão ser obtidos entre pessoas físicas ou jurídicas que atuem no ramo de serviços objetos deste certame, como previsto no artigo 14 da Lei 12.232/2010.

7.1.2. A execução desses serviços será remunerada originalmente na forma abaixo, levando-se em consideração os eventuais descontos e repasses concedidos pelas licitantes, na forma apresentada na Proposta de Preço:

7.2. A Proposta de Preços será apresentada mediante preenchimento da Planilha de Preços, sujeitas à valoração, e deverá ser apresentada conforme descrito nas alíneas “a” e “b” abaixo descritas, compreendendo:



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

a) Percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS), limitados a 50% (cinquenta por cento);

b) Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa – serviços de terceiros: taxa de Agência pela remuneração de 05% a 10% sobre o custo de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados.

7.3. Se eventualmente algum licitante conceder descontos ou propuser honorários acima dos limites estabelecidos, será desclassificado.

7.4. A licitante deverá apresentar declaração anexa na Proposta de Preços, afirmando que:

7.4.1. Tratará a questão dos direitos autorais, estabelecendo a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

7.5. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em conformidade com o estabelecido no Anexo III.

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

7.7. Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as propostas técnicas e de preços.

## **8. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

8.1. Os documentos exigidos no envelope 05 – “HABILITAÇÃO” serão obrigatoriamente apresentados em 01 (uma) via original ou por qualquer processo de cópia devidamente autenticada em Cartório ou por membro da



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Comissão Permanente de Licitação da CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA/MS ou publicação em órgãos de imprensa oficial. Esses deverão estar encadernados sequencialmente de acordo com os itens do edital, sem emendas (ex.: números sobrepostos) ou rasuras (ex.: uso de corretivos líquidos).

8.1.1 Caberá à Comissão Permanente de Licitação solicitar, a qualquer momento, os originais para confrontação. Estes documentos serão apresentados somente pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços.

À COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2021 ENVELOPE N.º 5 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO Razão Social da Licitante: CNPJ/MF:
--

8.1.2 Habilitação Jurídica

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual; ou
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedade comercial e no caso de sociedade por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores; ou
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhado de prova de eleição da diretoria em exercício; ou ainda
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

8.1.3 Regularidade Fiscal e Trabalhista





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda (CNPJ);
- b) Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02/10/2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional;
- c) Prova de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço FGTS, artigo 29, IV, da lei 8666/93;
- d) Prova de regularidade com a Fazenda Estadual (Certidão de Tributos Estaduais) emitido pela SEFAZ na forma da Lei;
- e) Prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;
- f) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), exigida nos termos da Lei Federal n. 12.440/2011, aplicável também às Pequenas Empresas na forma da lei Complementar n. 123/2006, conforme previsto no § 2º, do artigo 18-B.
- g) Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal será assegurado o prazo de cinco (05) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério da Câmara Municipal de Aquidauana-MS, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o licitante EPP ou ME for declarado vencedor do certame para regularização da documentação pendente.
- h) A não regularização da documentação no prazo acima previsto implicará na INABILITAÇÃO da licitante e decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste edital.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

i) A comprovação da regularidade fiscal deverá ser efetuada mediante a apresentação das certidões negativas de débitos, ou positivas com efeitos denegativas – artigo 5º, Portaria conjunta RFB/PGFN n. 1751, de 02/10/14.

**8.1.4 Qualificação Técnica:**

8.1.4.1 Atestado(s) de Capacidade Técnica da licitante, emitido(s) por entidade da Administração Federal, Estadual ou Municipal, direta ou indireta e/ou empresa privada que comprove que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com o objeto desta Tomada de Preços, representado, pelas atividades descritas no subitem 1.1 deste Edital;

8.1.4.1.1 No caso de atestados emitidos por empresa de iniciativa privada, não serão considerados aqueles emitidos por empresas pertencentes ao mesmo grupo empresarial da empresa proponente.

8.1.4.1.2 Serão consideradas como pertencentes ao mesmo grupo empresarial da empresa proponente, empresas controladas ou controladoras da empresa proponente ou que tenham pelo menos uma mesma pessoa física ou jurídica que seja sócio da empresa proponente.

8.1.4.2 Comprovação da licitante que possui em seu quadro mediante registro em Carteira de Trabalho ou mediante contrato de trabalho, na data prevista para entrega da proposta, profissional de nível superior com formação em uma das seguintes áreas: Comunicação (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas), Publicidade ou Marketing, devendo a comprovação ser efetivada através da apresentação do diploma do mesmo;

8.1.4.3 No caso de ser sócio – proprietário da empresa, através da apresentação de contrato social ou documento equivalente, com registro da Junta Comercial.

**8.1.5 Qualificação Econômico-Financeira:**

a) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, apresentadas na forma da Lei, no caso de sociedades por



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

ações, a cópia do balanço deve ser acompanhada de comprovação de registro na Junta Comercial; nos demais casos, a cópia do balanço deve ser acompanhada de cópia dos termos de abertura e encerramento do Livro Diário registrado na Junta Comercial, ou publicações em Diário Oficiais ou Jornais de grande circulação; em qualquer caso, o balanço deve conter assinatura do representante legal da empresa e de profissional habilitado no CRC, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios. As empresas constituídas há menos de 01 (um) ano, deverão comprovar tal situação mediante apresentação do Balanço de Abertura e Declaração do Contador. Comprovação da boa situação financeira da licitante, que deverá ser apresentada em documento anexo ao balanço patrimonial, utilizando os seguintes índices:

I) Índices de Liquidez Geral (LG)

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

II) Índice de Solvência Geral (SG)

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

III) Índice de Liquidez Corrente (LC)

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

b) Estarão habilitadas as empresas que apresentarem resultado igual ou maior a 1,00 (um vírgula zero) nos índices acima. O cálculo dos índices deverá ser apresentado em documento anexo, calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

c) Certidão Negativa de Falência ou Concordata expedida pelo Cartório Distribuidor da sede da licitante.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

8.2. Declarações:

a) Declaração em papel timbrado da empresa (Anexo VI), firmada pelo representante legal da licitante, afirmando, sob as penas da lei, que não possui em seu quadro de funcionários empregados menores de 18 anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menores de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos (cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal).

b) Declaração de Fatos Supervenientes Impeditivos, sempre em papel timbrado da empresa (Anexo VII), comprometendo-se a informar, a qualquer tempo, sob pena de aplicação das penalidades cabíveis, a existência de fatos supervenientes impeditivos da habilitação, devidamente assinada pelo representante legal da empresa participante, na forma determinada no § 2º, do artigo 32, da Lei Federal de Licitações, inseridos no Envelope n. 5 (da documentação).

8.3. Toda a documentação das licitantes deverá estar em plena vigência na data de abertura do certame, inclusive aquelas referentes à Habilitação.

8.4. Os documentos solicitados deverão estar com prazo de validade vigente. Se, entretanto, algum não constar o prazo de vigência, será considerado como sendo até 60 (sessenta) dias, contados da data de sua emissão, a exceção de atestado de capacidade técnica que não serão objeto de aferição quanto a esse aspecto.

8.5. Serão consideradas inabilitadas automaticamente as participantes que não apresentarem a documentação solicitada ou apresentarem com vícios ou defeitos que impossibilitem seu entendimento ou não atendam as condições previstas no edital.

8.6. Quando a licitante apresentar certidão extraída por meio da internet, que não seja original, a comissão poderá efetuar a consulta no site correspondente, para verificação da sua autenticidade.



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA

## 9. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas pela Subcomissão Técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes números 1 e 3, de caráter público, conforme dispõe o art. 10, § 1º, da lei n. 12.232/10.

9.1.1. O julgamento compreenderá a análise e pontuação dos documentos contidos nos envelopes das Propostas Técnicas das licitantes, conforme as normas de julgamento que são apresentadas a seguir.

9.1.2. Para efeitos deste edital, será desclassificada a Proposta Técnica que não atingir, pelo menos, 80 (oitenta) pontos, equivalentes a 80% (oitenta por cento) da pontuação máxima possível.

9.1.2.1. Para julgamento do critério de qualidade técnica, a avaliação das propostas técnicas será feita pela subcomissão técnica nos termos do artigo 10 da Lei 12.232 de 29 de abril de 2010, especialmente constituída para esse fim, no prazo de 10 (dez) dias úteis, podendo ser prorrogado, contados da data da abertura dos envelopes contendo a Proposta Técnica.

9.1.3. A falta de qualquer dos documentos exigidos para a elaboração da Proposta Técnica ou sua apresentação em desacordo com o presente edital, implicará na desclassificação da mesma.

9.1.4. Na apreciação das Propostas Técnicas, será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

9.1.4.1. Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 70 (setenta) pontos no total).

I – Raciocínio básico – máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:

- a) Conhecimento das características gerais do cliente;
- b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente;



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

- c) Adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS com seus públicos;
- d) Acuidade de compreensão do papel da Comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS no atual contexto social, político e econômico.

II – Estratégia de comunicação publicitária – máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:

- a) Formulação do conceito, da compreensão do tema hipotético ao desenvolvimento do raciocínio que o conduziu;
- b) A formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação;
- c) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- d) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da licitante com seus públicos.

III – Ideia criativa – máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:

- a) A sua adequação ao problema específico de comunicação do cliente;
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) A sua pertinência às atividades do cliente e à sua inserção na sociedade;
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

IV – Estratégia de mídia – máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:

- a) O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
- d) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- e) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

uso dos recursos próprios de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS.

9.1.4.2. Conjunto de Informações (máximo de 30 (trinta) pontos no total) relativos a:

I – Capacidade de Atendimento (máximo de 10 (dez) pontos), relativos a:

- a) Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência;
- b) Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços;
- c) Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos para a entrega dos serviços, a operacionalidade do relacionamento entre o Setor de Comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS e a licitante, esquematizado na Proposta;
- d) Experiência da licitante no atendimento a outros clientes com serviços similares ao objeto deste edital;

II – Repertório (máximo de 20 (vinte) pontos no total), relativos a:

IIa) Relatos de Cases (máximo de 10 (dez) pontos)

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

IIb) Peças Isoladas (máximo de 10 (dez) pontos)

- a) A ideia criativa e sua pertinência;
- b) A clareza da exposição;
- c) A qualidade da execução e do acabamento.

9.1.5. A Nota da Proposta Técnica (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o subitem 10.7.

9.1.6. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

- a) a exequibilidade das peças;



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

b) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

9.1.7. A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos quesitos relacionados no subitem 9.1.4.

9.1.8. As propostas que obtiverem nota menor que 80 (oitenta) pontos serão desclassificadas.

9.1.8.1. As propostas que obtiverem nota igual ou superior a 80 (oitenta) pontos serão classificadas em ordem decrescente, a partir da que acumular maior pontuação.

9.1.9. Divulgada a classificação da Proposta Técnica, serão designados, em publicação no Diário Oficial do Município, dia e hora para abertura dos envelopes nº 04 contendo as Propostas de Preços das Licitantes classificadas tecnicamente.

## **10. DA VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

10.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

10.2. A classificação das propostas de preços será feita mediante a aplicação do critério de julgamento do menor preço, conforme previsto no § 2º, incisos I e II, do artigo 46, da Lei nº 8.666/93, em obediência ao inciso IX, do § 4º, do artigo 11, da Lei 12.232/10, considerando um máximo de 100 (cem) pontos.

10.2.1. Até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (um ponto para cada 1% - um por cento - de desconto entre 11% até 30% e mais dois pontos para cada 1% de desconto entre 31 a 50% de desconto, limitado a 50% - cinquenta por cento - do valor da tabela).

10.2.2 Até 40 (quarenta) pontos para os menores honorários oferecidos





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, nos termos do subitem 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão (conforme a tabela do subitem 10.3.1 alínea b).

10.3. Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no edital, nem preço ou vantagem baseado em ofertas de outras empresas licitantes.

10.3.1. A avaliação da Proposta de Preços será pelo máximo de 100 (cem) pontos. Na avaliação da proposta de preços será atribuída pontuação em seus itens através dos seguintes critérios:

A – Desconto sobre os custos internos da tabela referencial de custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul.

---

A – Baseado nos valores indicado nos custos internos e na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul.

Percentual de desconto	Critério	Pontuação aferida (simulação máxima)
0 a 10 %	0 ponto	00
11 a 30 %	1% de desconto = 1 ponto	20
31 a 50%	1% de desconto = 2 pontos	40
Sub total		60

B) Remuneração por serviços de terceiros.

Remunerado entre 05% a 10% de honorários (assessoria, execução, supervisão e pagamento).

Percentual de taxa cobrança	Critério	Pontuação aferida (simulação máxima)
10%	Zero ponto	
9%	24 Pontos	
8%	28 pontos	
7%	32 pontos	
6%	36 pontos	
5%	40 pontos	Até 40



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Sub total	40
Total máximo de pontos	100

10.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo sido julgados os recursos porventura interpostos, ou havendo desistência dos mesmos, a comissão de licitação elaborará relatório e parecer conclusivo, com o resultado da licitação os encaminhará para homologação do resultado do julgamento e adjudicação do objeto à empresa licitante vencedora.

10.5. A Nota da Proposta de Preços (total da pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 10.7.

10.6. Serão desclassificadas as propostas que:

- I) Não atenderem as disposições contidas neste edital;
- II) Ou apresentarem valores superiores aos praticados no mercado e que contenham qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;

10.7. Da Nota Final:

10.7.1. A Comissão Permanente de Licitação considerará vencedora desta licitação a proposta que obtiver pontuação igual ou superior a 80 (oitenta) de pontuação na Nota Final, calculada através da soma da Nota Final da Proposta Técnica com a Nota Preço, conforme a seguinte critério:

10.7.1.1. Critério para a pontuação final:

10.7.1.1.1. As Notas da Proposta Técnica (NPT) terão peso 7 (sete) e a Notas Proposta de Preços (NPP) terão peso 3 (três) sendo vencedoras as licitantes que obterem as maiores notas médias ponderadas, de acordo com a seguinte fórmula:

$$NMP = \frac{(7 \times NPT + 3 \times NPP)}{10}$$

onde :

NMP = Nota Média Ponderada

NPT = Nota Proposta Técnica



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

NPP = Nota Proposta de Preço

10.7.2. A classificação das proponentes será em ordem decrescente das notas finais obtidas.

10.8. Após observado as disposições contidas no inciso VII, do artigo 6º, da Lei 12.232/2010, se houver empate, o desempate far-se-á mediante a maior pontuação obtida, por cada proposta, decrescentemente, nos seguintes itens da proposta técnica:

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico;
- d) Estratégia de Mídia;
- e) Capacidade de Atendimento; e
- f) Repertório e Relato de Case e Peças Isoladas.

Permanecendo a situação de empate, o desempate far-se-á por sorteio público, para o qual serão convocadas todas as Licitantes classificadas tecnicamente.

10.9. A proposta deverá ter a validade de no mínimo 120 (cento e vinte) dias corridos contados a partir da data de apresentação dos documentos das propostas técnica e de preço.

## **11. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

11.1. A Subcomissão Técnica está constituída por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma destas áreas, sendo que, no mínimo, 1/3 (um terço) deles não manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com A CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS.

11.1.1. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorreu por sorteio, realizado em sessão pública, cuja data, local e hora forão divulgados com antecedência, pela CPL.

11.1.2. O sorteio foi realizado entre os nomes de uma relação que teve no



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

mínimo o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados e está composta por pelo menos 1/3 de profissionais que não tenham vínculo com o órgão responsável pela licitação, que compuserão uma lista que foi publicada na imprensa oficial, com prazo mínimo de 10 (dez) dias da data em que foi realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.1.3. O sorteio foi 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 A CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS.

**12. DO PROCEDIMENTO DA ABERTURA E ENCERRAMENTO DA SESSÃO**

12.1. À exceção do julgamento das Propostas Técnicas (envelopes n.ºs 01 e 03), que será realizado pela subcomissão técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da CPL.

12.1.1. Serão realizadas tantas reuniões públicas quanto necessárias, desde que observados os procedimentos previstos neste edital e na legislação em vigor.

12.1.2. Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da CPL ou da subcomissão, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes que assim o desejarem.

12.1.3. Os representantes das licitantes presentes poderão indicar uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

12.1.4. A CPL poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder diligências com a finalidade de esclarecer ou complementar a instrução do processo.

12.1.5. Antes da publicação dos avisos oficiais de resultados desta tomada de preços, não serão fornecidos aos licitantes ou a terceiros, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

12.1.6. Qualquer tentativa de eventual licitante influenciar a CPL ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas, resultará na sua desclassificação.

12.1.7. A CPL poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, desde que antecipadamente dê publicidade das alterações.

12.2. A primeira fase da primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste edital e terá basicamente a seguinte pauta:

- a) Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 3.2;
- b) Receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) Conferir se os envelopes nº 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a comissão de receber também todos os seus demais envelopes;
- d) Abrir os envelopes nº 1 e 3.

d.1. O envelope n. 01 será aberto pela Presidente da Comissão e apresentado aos licitantes para demonstrar que o seu conteúdo não contém nenhuma identificação. Esta apresentação será feita à distância, não se permitindo que os licitantes tenham contato com o mesmo.

d.2. O conteúdo deste envelope será novamente acondicionado em outro envelope idêntico que será rubricado pelos participantes.

12.2.1. O presidente da CPL pedirá aos licitantes ou à comissão por eles designada, para rubricarem o envelope descrito na alínea **“d.2”** e os documentos contidos no envelope nº 03.

12.2.1.1. Os envelopes n. 02 e n. 04 serão rubricados em seus fechos pelos membros da CPL e pelos representantes dos licitantes, ou pela comissão por eles designadas e permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

CPL.

12.2.1.2. Será imediatamente desclassificada e ficará impedida de participar das fases posteriores do certame a licitante cujos documentos pertinentes ao envelope n. 01 contenham informações, marca, sinal etiqueta ou qualquer outro indicativo que identifique sua autoria, bem como o envelope n. 03 traga alguma referência que possa identificar o envelope n. 01.

12.3. A seguir, encaminhará os envelopes números 1 e 3 que compõem a Proposta Técnica, para análise e julgamento pela Subcomissão Técnica.

12.3.1. A análise será individualizada e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária feita dentro do estabelecido no presente edital, observados os critérios por ele fixados.

12.3.2. A Subcomissão Técnica elaborará planilha individual com as pontuações de cada um de seus membros e planilha totalizadora correspondente à soma da pontuação atribuída aos quesitos e subquesitos conforme sugestão contida nos Anexos VIII, IX e X.

12.3.3. A Subcomissão Técnica desclassificará as Propostas Técnicas que não atenderem quaisquer das exigências legais previamente estabelecidas no edital.

12.3.4. A Subcomissão Técnica lavrará a ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária (envelope n.º 1) e encaminhará para CPL, juntamente com as Propostas, as planilhas de que trata os Anexos VIII, IX e X, com as pontuações e a justificativa escrita das razões que fundamentaram cada caso.

12.4. De igual forma ao descrito no item anterior, a subcomissão técnica procederá com relação ao envelope n. 03.

12.5. A apuração do resultado geral das Propostas Técnicas ocorrerá em sessão pública, observados os seguintes procedimentos:

a) Abertura dos envelopes n.º 2, contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

b) Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para determinação de sua autoria;

c) Elaboração de planilha geral da Proposta Técnica prevista no Anexo IX – (envelope n.º 1 + envelope n.º 3), registrando-se em ata a ordem de classificação e as propostas desclassificadas;

d) Publicação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, com indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, abrindo prazo para interposição de recurso nos termos do art. 109, inc. I, “b” da Lei n.º 8.666/93.

12.6. Não havendo interposição de recursos ou ocorrendo a desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será designado data, hora e local para abertura dos envelopes n.º 4, em sessão pública, contendo a Proposta de Preços.

12.7. Abertos os trabalhos de julgamento das Propostas de Preços, serão observados os procedimentos abaixo:

a) Abertura dos envelopes n.º 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por elas indicada;

b) Examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital, para elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;

c) Declarar vencedoras todas as licitantes mais bem classificadas na soma das Propostas Técnica e de Preço;

d) Publicação do resultado final no Diário Oficial Eletrônico do Município, por ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme previsto no inciso VIII, do artigo 11, da lei 12.232/10 e art. 109, inc. I, “b”, da Lei n.º 8.666/93.

12.8. No local, data e hora estabelecidos, a CPL, em sessão pública,



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

receberá o Envelope n.º 5, contendo os Documentos de Habilitação, e os abrirá, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente Edital.

12.9. Se os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final atenderem ao edital, as mesmas serão declaradas habilitadas e, em decorrência, vencedoras da licitação.

12.10. A decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicada no Diário Oficial Eletrônico do Município, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do art. 11, inc. XIII, da Lei n.º 12.232/10.

12.11. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto licitado às licitantes vencedoras, conforme estabelecido no art. 11, inc. XIV, da Lei n.º 12.232/10.

12.12. Os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas ficarão à disposição das mesmas por 30 (trinta) dias contados da data de encerramento da licitação. Decorrido este prazo sem que sejam questionados, A CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS arquivará todos os envelopes.

**13. DA IMPUGNAÇÃO, DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS E DOS PRAZOS.**

13.1. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este edital devendo protocolar o pedido na sede da CPL ou através do e-mail [licitacao@cmaquidauana.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmaquidauana.ms.gov.br), até 05 dias úteis antes da data fixada para abertura do primeiro envelope, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei nº 8.666/93, cujo pedido deverá ser encaminhado para a CPL, através do Setor de Protocolo do Câmara Municipal de AQUIDAUANA-MS, no endereço citado no preâmbulo.

13.2. Qualquer licitante poderá impugnar os termos deste edital, bem como apresentar pedido de esclarecimento até o segundo dia útil que anteceder a abertura do primeiro envelope.

13.3. A impugnação feita tempestivamente por qualquer licitante não o





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

impedirá de participando processo licitatório até o julgamento da decisão a ela pertinente.

13.4. Eventuais recursos deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em requerimento escrito dirigido à autoridade superior (art. 109, § 4º), por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 5 dias úteis, ou no mesmo prazo, encaminhá-lo para a autoridade superior.

13.5. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a CPL motivadamente, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

13.6. Não serão conhecidos os recursos interpostos fora do prazo legal.

13.7. Na contagem dos prazos referidos neste Edital, excluir-se-á o dia de início e incluir-se-á o dia de vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste item em dia de expediente normal na CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS.

#### **14. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

14.1. As despesas decorrentes do fornecimento correrão à conta da seguinte dotação orçamentária:

01.01.031.0200.2.001.3.3.90.39.0100 Outros Serviços de Pessoa Jurídica.

14.2. A Câmara Municipal de Aquidauana-MS, reserva-se no direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da reserva orçamentária prevista.

14.3. As despesas efetuadas no próximo exercício correrão por conta do respectivo orçamento dentro da mesma programação financeira.

#### **15. DAS PENALIDADES**



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

15.1. Nos termos do art. 86 da Lei n. 8.666/93, fica estipulado o percentual de 0,5% (meio por cento) sobre o valor do valor inadimplido, a título de multa de mora, por dia de atraso injustificado no fornecimento do objeto deste certame, até o limite de 10% (dez por cento) do valor empenhado.

15.2. Em caso de inexecução total ou parcial do pactuado, em razão do descumprimento de qualquer das condições avençadas, a contratada ficará sujeita às seguintes penalidades nos termos do art. 87 da Lei n. 8.666/93:

- I. Advertência;
- II. Multa de 10% (dez por cento) do valor do contrato,
- III. Suspensão temporária de participar de licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 02 (dois) anos e
- IV. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

15.3. Quem convocada dentro do prazo de validade da sua proposta, não celebrar o contrato, deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não manter a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, ficará impedida de licitar e contratar com a União, Estados, Distrito Federal ou Municípios e, será descredenciada do sistema de Cadastramento do Licitante, pelo prazo de até 05 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas em edital e no contrato e das demais cominações legais.

15.4. As penalidades somente poderão ser relevadas ou atenuadas pela autoridade competente aplicando-se o Princípio da Proporcionalidade, em razão de circunstâncias fundamentadas em fatos reais e comprovados, desde que formuladas por escrito e no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis da data em que for oficiada a pretensão da Administração no sentido da aplicação da pena.

## **16 – DA CONTRATAÇÃO**

16.1. A (s) licitante (s) vencedora (s) terá (ão) o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir da data da convocação por parte da autoridade superior do



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

procedimento, para assinar o termo de contrato, conforme minuta constante do Anexo.

16.1.1. Caso alguma licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, será convocada a segunda colocada para a assinatura do contrato, nos termos do § 2º, do artigo 64, da lei 8666/93.

16.2. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

16.2.1. Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo da CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS, mediante acordo entre as partes, por períodos iguais e sucessivos, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

16.3. A CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS poderá rescindir o contrato a qualquer momento, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, não assistindo à contratada nenhum direito à indenização, com a exceção das disposições previstas no art. 79, § 2º, da referida Lei.

16.3.1. Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

16.4. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, de qualquer natureza, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

16.5. A contratada deverá prestar esclarecimentos a CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

16.6. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente tomada de preços para qualquer operação financeira.

16.7. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta tomada de preços.

16.8. Somente pessoas físicas ou jurídicas poderão fornecer ao contratado bem ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º e artigo 14, § 1º, da Lei nº 12.232/2010.

16.9. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

16.10. As informações sobre a execução do contrato serão divulgadas em sítio próprio aberto na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados conforme dispõe o artigo 16, da citada lei.

16.11. A agência 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.

16.12. Por ocasião da assinatura do contrato e/ou nota de empenho, a Câmara Municipal de Aquidauana-MS exigirá da(s) licitante(s) vencedora(s) a apresentação dos comprovantes de regularidade:

- a) Prova de regularidade para com a Fazenda Pública Federal, Estadual e Municipal da sede do licitante;
- b) Do FGTS (por meio do CRF – Certificado de Regularidade do FGTS);
- c) Com a Justiça do Trabalho mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT).

## **17. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS**

17.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das cláusulas 8 e 9 da minuta do contrato, consoante os preços (percentuais) estabelecidos em sua Proposta de Preços.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

17.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da cláusula 10 da minuta do contrato.

17.3. O pagamento será efetuado mediante depósito em conta corrente a ser indicada pela(s) licitante (s) vencedora (s).

17.4. Os custos e as despesas de veiculação apresentados a CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido aos Veículos, de sua tabela de preços, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem (onde houver empresa prestadora de serviço de checagem) e dos comprovantes dos serviços realizados (DVDs, CDs, Pen Drive, anúncios, etc).

17.5. As Notas Fiscais/Faturas devem ser emitidas pelos Fornecedores aos cuidados da (s) licitante (s) vencedora (s), e esta (s) por sua vez emitirá (ão) Nota Fiscal contra a Câmara Municipal de Aquidauana-MS, contendo histórico/descrição completa dos serviços prestados e número do contrato. Com exceção dos serviços de veiculação, cujas notas fiscais devem ser emitidas diretamente em nome da Câmara Municipal de Aquidauana-MS.

## **18. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

18.1. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se A CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS tiver conhecimento de fato desabonador à sua habilitação ou à sua classificação, conhecido após o julgamento.

18.2. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

18.3. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/93.

18.4. Correrão por conta da CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS as



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial Eletrônico do Município, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei n° 8.666/93.

18.5. Eventuais pedidos de esclarecimentos ou impugnações poderão ser encaminhados à CPL, no endereço Praça Nossa Senhora Imaculada Conceição, n.º 85, Centro, na cidade de Aquidauana, Estado de Mato Grosso do Sul, ou através do e-mail [licitacao@cmaquidauana.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmaquidauana.ms.gov.br).

18.6. O edital e seus anexos poderão ser obtidos pela Internet no endereço [www.cmaquidauana.ms.gov.br](http://www.cmaquidauana.ms.gov.br).

18.7 Fica eleito o foro da Cidade de Aquidauana-MS, Estado de Mato Grosso do Sul, para dirimir qualquer controvérsia resultante desta licitação, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

## **19. DOS ANEXOS**

ANEXO I - Estudo Técnico Preliminar

SUBANEXO I – Briefing

ANEXO II – Memorial Descritivo

ANEXO III - Proposta de Preços

ANEXO IV – Minuta do Contrato

ANEXO V – Glossário

ANEXO VI - Declaração de menor

ANEXO VII - Declaração de fatos supervenientes

ANEXO VIII - Planilha individual de avaliação

ANEXO IX – Planilha geral de avaliação

ANEXO X – Planilha de avaliação da proposta de preços

Aquidauana - MS, 24 de setembro de 2021.

Adriana da Costa Marques  
Presidente da CPL



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

## **ANEXO I**

### **ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

### **ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

#### **Objeto**

Análise da viabilidade técnica e econômica para a contratação pela Câmara Municipal de Aquidauana de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

#### **Legislação**

Lei Federal nº 4680/1965

Lei Federal nº 8.666/1993

Lei Federal nº 12.232/2010

Decreto Federal nº 57.690/1966

Instrução Normativa Federal nº 040/2020

Resolução TCE/MS nº 139/2021

Normas-Padrão da Atividade Publicitária CENP - Decreto nº 4.563/2002

Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR

#### **I - Descrição da necessidade da contratação, considerado o problema a ser resolvido sob a perspectiva do interesse público**

A necessidade da contratação é para divulgar os atos produzidos pela Câmara Municipal de Aquidauana/MS, dando transparência a estes para o cumprimento de determinações legais como condição indispensável para a produção de efeitos.

Pretende-se proporcionar aos munícipes da Zona Urbana, Rural e Indígenas, interessados ou não no acompanhamento das ações do Poder Legislativo, a possibilidade de participar e acessá-las a qualquer momento.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Os serviços a serem contratados serão utilizados somente em ações de publicidade institucional, de utilidade pública e de interesse da comunidade. Disponibilizando ao cidadão (ã) os serviços prestados pela Câmara Municipal de Aquidauana, conforme descrito na solicitação, vedada qualquer tipo de promoção pessoal, independente da função que exerça na estrutura do Poder Legislativo Municipal.

A futura contratação atende os princípios da publicidade, que é um direito do cidadão, aliado da legalidade, moralidade, impessoalidade e eficiência da gestão pública, aqui em especial da Câmara Municipal de Aquidauana.

O artigo 37 da Constituição Federal estampa o princípio da publicidade, o qual é aplicável a todos os Poderes, em todos os níveis de governo.

*“A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência”.*

Também o Art. 163-A, da Constituição Federal, determina que

*“a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios disponibilizarão suas informações e dados contábeis, orçamentários e fiscais, conforme periodicidade, formato e sistema estabelecidos pelo órgão central de contabilidade da União, de forma a garantir a rastreabilidade, a comparabilidade e a publicidade dos dados coletados, os quais deverão ser divulgados em meio eletrônico de amplo acesso público”.*

Assim sendo, a futura contratação da empresa no segmento de Agência de Publicidade, vem suprir uma necessidade da Câmara Municipal de Aquidauana, haja vista que não disponibilizamos de equipamentos e mão de obra especializada para tal.

### **1.1. Classificação quanto ao acesso**

Nos termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, (Lei de acesso à informação), o presente Estudo não se classifica como sigiloso.

## **II - Descrição dos requisitos necessários e suficientes à escolha da solução, prevendo critérios e práticas de sustentabilidade**

### **2.1. Especificação (detalhamento)**





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Trata-se de contratação de agência de propaganda para prestação dos serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente 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 publicitárias junto a públicos de interesse.

Também integram o objeto da futura contratação, 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 sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução dos contratos;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos; e

c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias.

A contratação dos serviços, mencionados acima, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

O planejamento, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Os serviços não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

Não se incluem no conceito de patrocínio, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

Os serviços objeto da futura contratação serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

A agência atuará por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

Briefing, documento no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para subsidiar a elaboração de proposta técnica em um processo licitatório ou a proposição de ação durante a execução do contrato, consta do ANEXO I.

## **2.2. Do critério escolhido**

A contratação que se pretende no presente estudo diz respeito a serviços de caráter predominantemente intelectual que devem ser licitados com a adoção dos tipos de licitação técnica ou técnica e preço, conforme os preceitos contidos nos arts. 45, § 4º, e 46 da Lei nº 8.666/1993, bom como no art. 5º da Lei nº 12.232/2010.

Neste sentido, a escolha pelo critério técnica e preço, além de se mostrar adequado à legislação relacionada ao objeto, ainda atende a critério economicamente viável.

Quanto aos percentuais entre a proposta técnica e o preço, entendemos ser razoável 70% técnica e 30% preço, primeiramente por ser uma atividade eminentemente técnica, que envolve criatividade, segundo em razão os percentuais possíveis apresentarem pouca margem para diferenciação, quais sejam:

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS), limitados a 50% (cinquenta por cento);



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

- b) Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa – serviços deterceiros: taxa de Agência pela remuneração de 05% a 10% sobre o custo de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados.

Por fim, os percentuais da proposta técnica em 70% e o preço em 30% encontram respaldo na jurisprudência e na doutrina como índices aptos a balizar a contratação em estudo.

### **2.3. Do Padrão mínimo de qualidade**

Possuir qualificação técnica: Pela lei 12.232/2010, qualquer agência de propaganda que pretenda contratar com a Administração Pública deverá possuir certificado de qualificação técnica de funcionamento como forma de assegurar a capacidade técnica e estrutural da agência. Serão aceitos certificados emitidos pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, ou por "entidade equivalente", legalmente reconhecida.

Segue em anexo Normas Padrão da Atividade Publicitária, emitido pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão (Anexo II).

Bem como atender ao Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária, editado pelo CONAR - Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, que, mesmo desprovido de força legal, é admitido como instrumento de disciplina ética das atividades de propaganda no País, guardando-se a possibilidade de discussão de casos que se mostrem passíveis de novos entendimentos entre as partes e, por fim, pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda.

Possuir estrutura física e de pessoal compatível com o mercado no qual atua, inclusive quanto ao uso competente de pesquisas de mídia.

### **2.4. Da proposta técnica**

Os critérios de avaliação das propostas técnica estão discriminados no ANEXO III.

### **2.5. Habilitação (qualificação técnica e econômico-financeira)**

#### **2.5.1. Qualificação técnica**

2.5.1.1. Declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto da Tomada de preços, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no objeto;

2.5.1.2. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

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;

1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial; e

2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

### **2.5.2. Qualificação econômico-financeira**

2.5.2.1. Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

2.5.2.2. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação.

### **2.6. Classificação dos serviços**

Publicidade é a forma não pessoal e indireta de divulgação de informações e de difusão de ideias, por meio de ações de comunicação de mídia e não-mídia.

Neste sentido, o serviço possui natureza intelectual, intangível e indivisível, que não se enquadra no conceito de bens e serviços comuns.

Entende-se como serviços de natureza intelectual aqueles em que a arte e a racionalidade humana sejam essenciais para a sua satisfatória execução. Este serviço não trata, pois, de tarefas que possam ser executadas mecanicamente ou segundo protocolos, métodos e técnicas pré-estabelecidos e conhecidos.

Diz-se indivisível, por não ser cabível sua fragmentação, em vista de não se estar contratando itens isolados de um catálogo de produtos e serviços e sim a inteligência da agência prestadora do serviço, que utilizará uma composição de materiais e mídias dentro de um planejamento de comunicação para a divulgação de uma ideia, produto ou serviço.

Vale ressaltar a importância da caracterização deste serviço como de natureza continuada, visto que a sua interrupção poderá trazer prejuízo à Câmara Municipal, no que tange ao atingimento dos objetivos de promover a divulgação de informações relevantes e de interesse



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

público relacionado à sua atuação, de forma clara e objetiva, conforme explanado no item I.

Assim, a prestação dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, tem caráter de prestação de serviços contínuos, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei Federal nº 8.666/93.

A contratação vai prever a prestação dos serviços sem a utilização de mão de obra com dedicação exclusiva.

Os serviços a serem prestados à Câmara Municipal de Aquidauana utilizarão recursos humanos e materiais exclusivos da futura contratada, incluindo suas dependências.

### **2.7. Vigência contratual**

A vigência do futuro instrumento contratual será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado nos termos do previsto no art. 57, inciso II, da Lei Federal nº 8.666/93, por acordo entre as partes.

Por tratar-se de serviços executados de forma contínua, a duração dos contratos não estará vinculada à vigência das dotações orçamentárias e poderá abarcar a execução de despesas referentes a dois exercícios, desde que respeitado o valor global do contrato e das dotações de cada exercício.

### **2.8. Prazo de entrega ou prestação do serviço**

Os serviços serão prestados conforme as demandas e solicitações da Câmara Municipal de Aquidauana-MS.

### **2.9. Condições de pagamento**

O pagamento será realizado em até 30 (trinta) dias após a apresentação da nota fiscal, devidamente atestada pelo fiscal do contrato e acompanhada das certidões de regularidade fiscal e trabalhista e demais documentos pormenorizados no Termo de Referência.

### **2.10. Responsável pela fiscalização contratual**

A fiscalização contratual será realizada pela diretora da Câmara Municipal, Senhora Priscila Nogueira da Silva Ferreira.

**III - Levantamento de mercado, que consiste na prospecção e análise das alternativas possíveis de soluções, podendo, entre outras opções:**



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

- a) ser consideradas contratações similares feitas por outros órgãos e entidades, com objetivo de identificar a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendam às necessidades da administração; e**
- b) ser realizada consulta, audiência pública ou diálogo transparente com potenciais contratadas, para coleta de contribuições.**

Ao efetuar o levantamento de mercado, a equipe de planejamento da contratação pôde perceber que há quantidade considerável de empresas que atendam aos requisitos definidos até então, de forma que a competição não se restrinja a um pequeno número de participantes.

Conclui-se ainda que, o modo de contratação de apenas uma empresa, sob demanda, traduz-se na melhor solução para o tipo de contratação em tela, tendo em vista que o volume mensal de serviços é considerado pequeno.

Foi feito um levantamento de mercado para determinar o procedimento licitatório a ser adotado, optamos pela modalidade **TOMADA DE PREÇOS**, do tipo “**técnica e preço**”, a ser executado por execução indireta, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

**IV - Descrição da solução como um todo, inclusive das exigências relacionadas à manutenção e à assistência técnica, quando for o caso, acompanhada das justificativas técnica e econômica da escolha do tipo de solução**

O serviço de publicidade prestado por uma agência é definido como o conjunto de atividades realizadas integralmente 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 publicitárias junto a públicos de interesse.

Tal conjunto, também denominado de campanhas publicitárias caracterizam se por ações com o objetivo de promover uma marca, um produto, um serviço ou uma ideia. Esse conjunto inclui anúncios e peças em diferentes meios de comunicação.

Esse conjunto de peças e materiais serão concebidos pela agência com intuito de atingir o objetivo de comunicação proposto. É importante que as ações usem a mesma linguagem e sigam um mesmo planejamento. Ou seja, a campanha é uma estratégia de uso de recursos e meios publicitários com objetivo único. Tipicamente, uma campanha utiliza diversas táticas e meios, cada qual com suas características e objetivos específicos, levando em consideração os públicos que se deseja atingir.

Assim, a descrição da solução como um todo contempla a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, sendo que, o serviço a ser



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

contratado será prestado por uma única agência.

**V - Estimativa das quantidades a serem contratadas, acompanhada das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, considerando a interdependência com outras contratações, de modo a possibilitar economia de escala**

Cumprir informar que com base nas informações levantadas mediante a apuração dos elementos trazidos acima, não há que se falar em quantidades /unidades, tendo em vista tratar-se de serviços que serão executados sob demanda, designando-se a verba destinada a cada demanda, respeitando o orçamento anual para tipo de serviço em questão.

Não consta nos arquivos da Câmara Municipal de Aquidauana, nenhum registro administrativo similar ao objeto pretendido para contratação, dessa forma não será possível a apresentação da série histórica do consumo a partir de dados de contratações anteriores.

Diante do exposto, a estimativa das quantidades a serem contratadas foi definida em 12 (doze) meses, sendo analisadas contratações similares de outros órgãos da administração pública, como Prefeitura Municipal de Aquidauana e o Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso do Sul. Ademais, foi considerada ainda a disponibilidade orçamentária para esta ação e a demanda de comunicação.

**VI - Estimativa do valor da contratação, acompanhada dos preços unitários referenciais, das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, que poderão constar de anexo classificado, se a administração optar por preservar o seu sigilo até a conclusão da licitação**

Estimativas do valor da contratação, está relacionada diretamente ao prazo e a natureza dos serviços a serem contratados. Pela particularidade e amplitude das quantidades a serem contratadas, bem como a ausência de um histórico que permita realizar essa previsibilidade, optou-se por estimar um contrato para doze meses, com a possibilidade de aditamento. Assim sendo avaliando contratos correlatos do Tribunal de Contas, Prefeitura Municipal de Aquidauana, Câmara Municipal de Chapadão do Sul e Câmara Municipal de São Gabriel D'oeste, todos no Estado de Mato Grosso do Sul.

Ademais, utilizaremos como referência de preço os valores adotados pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul, ano de 2021, cuja cópia consta do anexo V, para os seguintes itens:

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS), limitados a 50% (cinquenta por cento);



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

- b) Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa – serviços de terceiros: taxa de Agência pela remuneração de 05% a 10% sobre o custo de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados.

Esclarecendo-se que, não fora realizada contratação similar ao objeto pela Câmara Municipal nos últimos anos.

E ainda, considerando a disponibilidade orçamentária da Câmara Municipal de Aquidauana para esta ação e a demanda de comunicação do órgão, a estimativa do valor da contratação será de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), para um período de 12 (doze) meses.

**VII - justificativas para o parcelamento ou não da solução, se aplicável**

O desenvolvimento da solução escolhida para o não parcelamento do objeto, observadas as especificações e particularidades do objeto, bem como a técnica e economicidade que não os torna viáveis.

A licitação de serviços de comunicação visa a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade, não de profissionais dessas áreas e nem mesmo de itens isolados de produtos e serviços, na medida em que esses fazem parte de um todo, que caracteriza o objeto contratual, e devem ser estrategicamente combinados, conforme as especificidades de cada demanda caracterizando, dessa forma, uma correlação inerente aos serviços de comunicação.

Dessa forma, o parcelamento poderia gerar prejuízo ao conjunto da prestação dos serviços. A simples coexistência de mais de uma empresa em um processo de construção de uma solução de comunicação traria dificuldades à execução, pois cada uma poderia deter informações decorrentes do item sob sua execução e perder a visão global da problemática da contratante e das possibilidades de atuação.

Em regra, conforme § 1º do art. 23 da Lei nº 8.666/93, os serviços deverão ser divididos em tantas parcelas quantas se comprovarem técnica e economicamente viáveis, procedendo-se à licitação com vistas ao melhor aproveitamento dos recursos disponíveis no mercado e à ampliação da competitividade sem perda da economia de escala. O disposto, no entanto, não se aplica na presente demanda, por ser uma contratação de caráter intelectual.

Portanto o serviço em questão é indivisível, por não ser cabível sua fragmentação, em vista de não se estar contratando itens isolados de um catálogo de produtos e serviços e sim a inteligência da agência prestadora do serviço, que utilizará uma composição de materiais e mídias





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

dentro de um planejamento de comunicação para a divulgação de uma ideia, produto ou serviço.

**VIII - contratações correlatas e/ou interdependentes**

A futura contratação não requer contratações correlatas e/ou interdependentes.

**IX - Demonstração do alinhamento entre a contratação e o planejamento do órgão ou entidade, identificando a previsão no Plano Anual de Contratações ou, se for o caso, justificando a ausência de previsão**

A futura contratação está devidamente alinhada ao Plano Plurianual do Município.

**X - resultados pretendidos, em termos de efetividade e de desenvolvimento nacional sustentável**

A Câmara Municipal de Aquidauana/MS utiliza a publicidade e a propaganda como meios auxiliares importantes na divulgação de suas atividades junto à sociedade e à comunidade aquidauanense. Por meio de campanhas e esforços individualizados e pontuais, o legislativo tem conseguido demonstrar a sociedade sobre a importância de determinados procedimentos, sobre o espaço que deve ser atribuído aos cuidados com a atenção aos atos e sobre a necessidade de dar transparência aos trabalhos realizados, para aperfeiçoar o modelo de acesso a informação existente no país. A contratação de uma agência de publicidade, que consiga agregar em seus produtos qualidade técnica a menor custo, trará ganhos para a instituição por oferecer condições que permitirão dar ainda maior visibilidade aos temas das campanhas e o uso racional dos recursos destinados a este fim.

Em pesquisa ao sítio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/>), verificamos que, o Município de AQUIDAUANA, possui população estimada de 48.029 habitantes, sendo grande parte na zona rural, haja vista este mesmo Instituto demonstra a grande extensão territorial deste município é de 17.087,021 km<sup>2</sup>.

Ademais, cada contratação deve ser analisada de acordo com as particularidades do objeto envolvido. Ora, no presente processo, fator determinante é a análise do mercado local envolvido e dos meios que serão utilizados para se chegar ao objetivo final do procedimento, qual seja, levar ao conhecimento da população assuntos de seus interesses.

O site eletrônico do IBGE (<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/aquidauana/pesquisa/23/47427?detalhes=true>), trás consigo interessante, no último censo realizado no ano de 2010, relata que na zona rural do



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Município de Aquidauana-MS, apenas 54 (cinquenta e quatro) municípios possuem internet, o que dificulta o acesso a informação dos moradores.

Neste mesmo sentido, nota-se que o acesso as estações de rádio pela população rural chegam no ano de 2010 a 2.109 (dois mil cento e nove) domicílios que tem acesso a este canal de informação.

No Município de Aquidauana existem 03 (três) rádios, sendo elas: FM AMÉRICA, INDI FM, FM AVENIDA. Bem como, existem dois jornais impressos JNE e O PANTANEIRO. Desta forma, verifica-se que, o montante a ser utilizado deverá ser adequado ao atingimento da população como um todo.

Em virtude da necessidade do Legislativo Municipal de contar com apoio e ferramentas de planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, a contratação de uma empresa de publicidade trará os seguintes benefícios:

- Suporte técnico e operacional competente e adequado para o planejamento, a criação e o desenvolvimento de estratégias publicitárias;
- Condições de contar com serviços capazes de fornecer produtos e serviços nas áreas de publicidade e de propaganda com agilidade e com qualidade, o que contribui para qualificar a imagem da instituição junto à sociedade;
- Possibilidade de obter descontos importantes para os orçamentos das campanhas e ações pontuais com base em negociações com fornecedores e empresas do mercado publicitário e de comunicação;
- Melhor qualidade das ações pontuais e das campanhas publicitárias implementadas pela Casa de Leis devido à capacidade da empresa fornecedora de oferecer o trabalho de profissionais experientes e competentes no atendimento das demandas da Câmara Municipal;
- Maior agilidade na conclusão das peças publicitárias e mesmo das estratégias relacionadas, em virtude do conhecimento das ferramentas disponíveis no mercado pelos técnicos disponibilizados para o atendimento da Casa de Leis;
- Produção de peças e campanhas atentas às exigências de padrões e parâmetros pré-estabelecidos, que auxiliarão a manter os servidores, bem como a sociedade em geral, devidamente informada sobre temas, ações e debates de interesse para a transparência pública e o exercício financeiro.

**Benefícios indiretos:**



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

- Os serviços a serem contratados serão de fundamental importância para manter a continuidade das tarefas executadas pelo Legislativo Municipal, otimização dos serviços, satisfação da população com os trabalhos executados, rapidez no atendimento.

A conexão entre a contratação e o planejamento existente: A contratação de agência de publicidade por meio de licitação na modalidade Melhor Técnica e Preço está em consonância com o planejamento das atividades para o setor de comunicação dentro da Câmara Municipal no período, definidas com o intuito de garantir o atendimento das necessidades da instituição no que diz respeito ao uso estratégico das ferramentas de comunicação publicitária.

A responsabilidade por desenvolver estratégias eficientes para atingir os objetivos do Legislativo Municipal será transferida para a agência de publicidade e propaganda, enquanto a você caberá apenas se preocupar com os resultados da campanha. Isso se faz por meio da experiência dos profissionais envolvidos e a capacidade da agência de olhar para os seus objetivos e determinar quais são os melhores meios de impactá-los. Trata-se de algo muito mais complexo de fazer quando se cuida sozinho do próprio marketing. Para que ela ocupe esse espaço, ter uma estratégia de publicidade e propaganda bem montada é fundamental, para demonstrar a transparência das atividades realizada pela Casa de Leis.

Neste sentido, contratar uma agência de publicidade e propaganda pode representar uma economia significativa, pois as elas costumam trabalhar com grandes pacotes de uso, em que o custo de suas ferramentas é diluído entre seus diversos públicos. Uma das maiores vantagens de contratar uma agência é que se trata de um investimento com custo-benefício, pois conseguirá obter resultados melhores com as novas campanhas, significando maior abrangência e alcançando a transparência necessária do que é realizado.

**XI - providências a serem adotadas pela administração previamente à celebração do contrato, inclusive quanto à capacitação de servidores ou de empregados para fiscalização e gestão contratual ou adequação do ambiente da organização**

Serão realizadas as ações previstas na Legislação; quanto a adaptações para operacionalizada do objeto a ser contratado não haverá necessidade nenhuma adaptação as dependências da Câmara Municipal de Aquidauana-MS.

**XII - possíveis impactos ambientais e respectivas medidas de tratamento**

Respeitados os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, a empresa a ser contratada deverá adotar práticas de sustentabilidade e de natureza ambiental no fornecimento dos serviços, observando, no que for cabível, o Decreto nº 7.746/2012, que regulamenta o art. 3º da Lei no 8.666/1993, para estabelecer critérios, práticas e diretrizes para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável nas contratações realizadas pela Administração Pública Federal.



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA

XIII – Gerenciamento de risco

RISCO	AÇÕES
<b>PLANEJAMENTO</b>	
Instrução Processual Deficitária	Disseminação e Uso das boas práticas de Contratação da Agência
<b>PRODUÇÃO</b>	
Pedidos de esclarecimentos/impugnações ao edital que alterem o Instrumento Convocatório	Ajuste e republicação do edital
Apresentação de Recurso	Reabertura do certame, com aproveitamento de todos os atos não comprometidos
Empresa recusar a assinar o contrato	Convocação da próxima empresa classificada para assumir o contrato.
	Abertura de processo de sanção
<b>EXECUÇÃO TÉCNICA DO CONTRATO</b>	
Descumprimento de cláusulas contratuais	Fiscalização preventiva e ostensiva da execução dos serviços
	Abertura de Processo de Sanção
	No caso de atraso superior ao aceitável conforme definição contratual, Rescisão e convocação da próxima empresa classificada para assumir o contrato
	Pagamentos conforme resultado
	Não Prorrogação do Contrato
Participação conjunta e reiterada de mesmos fornecedores em procedimentos de subcontratação	Institua rotina para identificar a participação conjunta e reiterada de mesmos fornecedores em procedimentos de subcontratação, realizando verificação a respeito dos relacionamentos comerciais destes nas bases de dados disponíveis.
	Estabeleça Manual de Procedimentos e adote rotinas, na fiscalização e gestão dos serviços de



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

	publicidade e propaganda, para: realizar pesquisa de preços prévia à autorização para realização das ações de propaganda e publicidade e verificar o cumprimento das cláusulas contratuais pela agência de publicidade contratada, em especial, se estão sendo encaminhados mensalmente o relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e o relatório dos serviços em andamento.
--	--

**XIV - posicionamento conclusivo sobre a viabilidade e razoabilidade da contratação**

Diante dos estudos realizados, a futura contratação de agência de publicidade, nos moldes aqui delineados é considerada viável para atender a demanda de publicidade da Câmara Municipal.

**XV – ANEXOS**

I – BRIEFING

II - NORMAS PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA, EMITIDO PELO CENP - CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO

III - CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA

IV – CONTRATAÇÕES DE OUTROS ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA PARA PARÂMETRO

V – TABELA DE REFERÊNCIA DO SINAPRO MS – 2021

Aquidauana-MS, 13 de setembro de 2021.

O presente estudo técnico preliminar foi elaborado pela seguinte equipe de planejamento da contratação:

\_\_\_\_\_  
Ana Maria de Souza

\_\_\_\_\_  
Dufles Pinto de Souza

\_\_\_\_\_  
Priscila Nogueira da Silva Ferreira

Aprovado por: \_\_\_\_\_

Wezer Alves Rodrigues – Presidente da Câmara Municipal



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**SUBANEXO I  
BRIEFING**

**1. Identificação**

Contratação de empresa especializada na execução de distribuição de publicidade legal impressa e/ou eletrônica em veículos de comunicação, para publicação de avisos de licitações e outros pertinentes a Câmara Municipal de Aquidauana - MS, conforme condições, quantidades e exigências a serem estabelecidas no Estudo Técnico Preliminar e Termo de Referência.

**2. A Cidade de Aquidauana – MS**

A história que registra a data de 15 de agosto de 1892 como o início do povoamento de Aquidauana insere-se num espaço físico e humano marcado por poucos registros de quatro séculos anteriores. Isso porque os primeiros colonizadores que por aqui passaram, teriam sido os espanhóis, por volta do século XVI.

Marcaram sua presença aqui antes mesmo da comitiva comandada pelo major Teodoro Paes da Silva Rondon, que trouxe consigo fazendeiros e pessoas vindas da Vila de Miranda e região, cujo projeto expansionista intencionava fundar um povoado à margem esquerda do Rio Aquidauana.

Alguns estudiosos definem o ano de 1600 como uma das referências mais longínquas da presença de colonizadores na região. Neste ano, Ruy Dias de Guzman fundou o povoado de Santiago de Xeres, às margens do Rio Mbotetey, conforme denominação dada pelos Guaranis e que queria dizer rio sinuoso.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Mais tarde veio a chamar-se Aquidauana. Foram, porém, poucos anos de história, pois em 1632 a povoação foi destruída por força das investidas de indígenas e dos bandeirantes paulistas. Quanto aos moradores do povoado, alguns seguiram de volta a Assunção no Paraguai; outros se juntaram aos Bandeirantes e se estabeleceram no atual Estado de São Paulo.

O segundo momento de colonização às margens do piscoso rio se verificou em 1776, quando o explorador João Leme do Prado visitou as ruínas da antiga povoação. Foi uma presença temporária, mas suficiente para registrar a presença de laranjeiras e limoeiros na região. "Tal era a abundância que formavam verdadeira mata", registram crônicas mais antigas.

Foi em torno da pecuária que a região, mais tarde, começou a ser, gradativamente, povoada. A necessidade de um local apropriado para as embarcações que navegavam pelo rio Miranda e que fosse mais próximo de Nioaque e de Campo Grande, referências populacionais mais densas, motivou a fundação da nova vila.

Registram os anais que a 15 de agosto de 1892, "A convite do prestimado cidadão major Theodoro Paes da Silva Rondon, dirigiram-se para a margem do rio Aquidauana diversos fazendeiros e pessoas residentes na Villa Miranda. Essa reunião tinha pôr fim a escolha do local e do nome da nova povoação e a constituição de uma comissão que proveria à todas necessidades reclamadas". Reuniram-se para ato cerca de 40 cidadãos, na região onde hoje situa-se a Praça Nossa Senhora Imaculada Conceição.

A opção pelo nome "Aquidauana" revela a influência da cultura indígena em várias regiões de Mato Grosso do Sul, que tem diversos municípios nominados com termos comuns a etnias indígenas. Segundo a toponímia Guaicuru o termo denomina rio estreito, fino.

O nome "Aquidauana" aparece em mapas datados do século XVII, pelo menos 200 anos antes da fundação do povoado. "A Ata foi lavrada sobre uma manta de couro, no chão, pois ali só havia solidão e exuberante vegetação", registra o relato de S. Cardoso Ayala e F. Simon, datado de janeiro de 1914. Segundo o texto a comissão elegeu presidente e "thesoureiro" — Theodoro Rondon e o coronel João d'Almeida Castro - que acumularam as funções fiscais.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Essa comissão também organizou os estatutos. "Nesta época o lugar era um completo sertão, nada existindo", registram os anais. Três anos depois, porém, o povoado já dava os primeiros sinais de prosperidade. "A partir de 1893, sucederam-se os ranchos, uns após outros, e foi-se formando assim um agrupamento de expressão social", registra o "Resumo Histórico e Estatístico de Aquidauana", um dos poucos documentos disponíveis nos arquivos do município sobre suas origens.

### **2.1. Formação Administrativa**

Elevado à categoria município e distrito com a denominação de Aquidauana, pela Lei Estadual nº 467, de 18-12-1906, desmembrado do município de Miranda. Sede na Freguesia Alto Aquidauana. Constituído do distrito sede. Instalada em 03-05-1907.

Elevado à categoria de comarca, pela lei nº 549, de 20-07-1910. Em divisão administrativa referente ao ano de 1911, o a vila é constituída o distrito sede. Elevado à condição de cidade com a denominação de Aquidauana, pela lei estadual nº 772, de 16-07-1918.

### **3 . Câmara Municipal de Aquidauana**

A Câmara Municipal de Aquidauana Estado de Mato Grosso do Sul, é, composta por treze vereadores e tem funções legislativas, atribuições para fiscalizar e assessorar o Poder Executivo, competência para organizar e dirigir seus serviços internos, elaborar leis, sobre todas as matérias de competência do Município, sejam os projetos do Poder Executivo ou do Poder Legislativo, respeitando as reservas constitucionais do Estado e do País.

A atuação mais importante do vereador é dobre a discussão de leis, que ditam a vida administrativa da municipalidade e o atendimento dos superiores interesses da comunidade.

Outra manifestação política pessoal de corrente da função de vereador refere-se ao seu trabalho de oferecer sugestões denominadas: moções, requerimento e indicações.





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

As sessões ordinárias da Câmara Municipal de Aquidauana/MS, ocorrem no plenário às quartas feiras, com início às 08 horas e 30 minutos e com término previsto para as 10 horas e 30 minutos, onde devido ao cenário atual da pandemia e suas restrições, as sessões estão sendo transmitidas via a rede social facebook. A presença de público não está sendo permitida, haja vista, ao combate e não proliferação da pandemia.

### **3. A campanha**

A valorizar a cidadania, fomentar a cultura, aproximar a população aquidauanense do Poder Legislativo municipal afim de conhecer de perto seus anseios, suas necessidades.

Este é o objetivo principal da política de comunicação da Câmara Municipal de Aquidauana/MS.

É importante, então, que os cidadãos aquidauanenses estejam bem informados com relação aos projetos que transitam na casa de leis, sobre a importância do Poder Legislativo no sentido de representar a população junto ao Poder Executivo.

### **4. Desafio da Comunicação**

O objetivo principal desta campanha publicitaria é o de estreitar o relacionamento da comunidade com seus vereadores, convidando as pessoas a exercerem a cidadania, participarem das sessões da Câmara, conhecer os projetos e as importantes funções desta casa de leis. Desta forma, é importante a valorização dos cidadãos aquidauanenses residentes em todas as regiões da cidade, para que sintam-se parte do Poder Legislativo e, desta forma, participem ativamente das atividades propostas pela instituição.

### **5. Público Alvo**

Cidadãos aquidauanenses de todos os níveis escolares, homens e mulheres das mais distintas classes sociais, assentamentos, aldeias indígenas, enfim, todos. Pessoas que conhecem ou desconhecem as funções e os projetos da Câmara Municipal de Aquidauana.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**6. Período de Veiculação da Campanha Simulada**

Período de 30 (trinta) dias.

**7. Verba Disponível para veiculação e produção (valores de tabela)**

R\$ 41. 666,66 (quarenta e um mil seiscientos e sessenta e seis reais e sessenta e seis centavos), mensais estimados, pelo período de doze meses.

Aquidauana-MS, 13 de setembro de 2021.

\_\_\_\_\_  
Ana Maria de Souza

\_\_\_\_\_  
Duffles Pinto de Souza

\_\_\_\_\_  
Priscila Nogueira da Silva Ferreira

Aprovado por: \_\_\_\_\_

Wezer Alves Rodrigues – Presidente da Câmara Municipal



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA

ANEXO II



Conselho Executivo das Normas-Padrão

Normas-Padrão da Atividade Publicitária

**DO RELACIONAMENTO COMERCIAL ENTRE  
ANUNCIANTES, AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E  
VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO,  
FRENTE À LEI Nº 4.680/65 E AOS DECRETOS Nº 57.690/66 E  
4.563/02.**

Considerando,

- a) *que, Anunciantes, Agências e Veículos de Comunicação são parceiros indissociáveis, numa atividade de fundamental importância para a economia de mercado e para a sociedade moderna;*
- b) *que, acima e além dos seus próprios interesses, têm o propósito comum de preservar a liberdade de expressão, nos termos do artigo 5º, inciso IV da Constituição Federal;*
- c) *que, a busca de menores custos, da maior produtividade com melhor resultado para o investimento em marketing e em comunicação de marketing, por parte de cada qual, está diretamente ligada à diminuição dos custos de transação do relacionamento entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação;*
- d) *que, a Lei nº 4.680/65, em seu artigo 17, determina que a atividade publicitária nacional será regida pelos princípios e normas do Código de Ética dos Profissionais instituído pelo I Congresso de Propaganda, realizado em outubro de 1957, sendo que esta Lei é vinculante e de ordem pública não só para os profissionais de propaganda, mas para as soluções impostas aos demais agentes de mercado que com eles, necessariamente, se correlacionam (Anunciantes e Veículos de Comunicação).*

As entidades representativas em âmbito nacional dos **Anunciantes** (ABA – Associação Brasileira de Anunciantes), das **Agências de Propaganda** (ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade e FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda), dos **Jornais diários de circulação paga** (ANJ – Associação Nacional de Jornais), das **Revistas** (ANER – Associação Nacional de Editores de Revistas), das emissoras de **Rádio e Televisão**, (ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão), das emissoras de **Televisão por Assinatura** (ABTA – Associação Brasileira de Telecomunicações por Assinatura) e dos **Veículos de Propaganda ao Ar Livre** representados pela Central de Outdoor, firmam o presente Acordo, destinado a auxiliá-lo seu relacionamento comercial, ajustando, por meio do presente instrumento, as **Normas-Padrão da Atividade Publicitária** à nova realidade normativa e econômica vigente no mercado de propaganda e marketing no país. Para tanto, fica criado órgão orientador dos agentes deste mercado, o **CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão**.

O presente instrumento compreende os seguintes documentos:

1. **Conceitos Básicos**
2. **Das Relações entre Agências, Anunciantes e Veículos**
3. **Das Relações entre Agências e Anunciantes**
4. **Das Relações entre Agências e Veículos**
5. **Das Relações entre Veículos e Agenciadores Autônomos**
6. **Das Práticas e Procedimentos Operacionais da Atividade Publicitária**

**7. Do CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão**

**8. Das Disposições Gerais e Transitórias**

---

Estas **Normas-Padrão da Atividade Publicitária** devem ser aplicadas tanto no espírito quanto na letra.

As Agências de Propaganda, Anunciantes e Veículos de Comunicação representados pelas entidades signatárias ou que firmarem isoladamente este acordo terão prazo de até 120 (cento e vinte) dias contados desta data, para ajustar-se aos preceitos acordados, tendo em vista o disposto no art. 17 da Lei nº 4.680/65.

Eventuais adesões após o prazo acima deverão fazer-se acompanhar da demonstração prévia de sua conformidade aos preceitos acordados neste instrumento.

**São Paulo, 16 de dezembro de 1998.**

**José Carlos Aguilera Fernandes**

ABA – Associação Brasileira de Anunciantes.

**Flávio Antonio Artur Oscar Alcides Corrêa**

ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade.

**Paulo Machado de Carvalho Neto**

ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão.

**Claudio Santos**

ABTA – Associação Brasileira de Telecomunicações por Assinatura.

**Francisco Mesquita Neto**

ANJ – Associação Nacional de Jornais.

**José Carlos Salles Gomes Neto**

ANER – Associação Nacional de Editores de Revistas.

**Carlos Alberto Nanô Luís R. Ferreira Valente Filho**

Central de Outdoor.

**Antonio Luiz de Freitas**

FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda.

---

## **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA**

- 1. Conceitos Básicos**
- 2. Das Relações entre Agências, Anunciantes e Veículos**
- 3. Das Relações entre Agências e Anunciantes**
- 4. Das Relações entre Agências e Veículos**
- 5. Das Relações entre Veículos e Agenciadores Autônomos**
- 6. Das Práticas e Procedimentos Operacionais da Atividade Publicitária**
- 7. Do CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão**
- 8. Das Disposições Gerais e Transitórias**

## 1. CONCEITOS BÁSICOS

**1.1 Publicidade ou Propaganda:** é, nos termos do art. 2º do Dec. nº 57.690/66, qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias, produtos ou serviços por parte de um anunciante identificado.

**1.2 Anunciante ou Cliente:** é, nos termos do art. 8º do Dec. nº 57.690/66, empresa, entidade ou indivíduo que utiliza a propaganda.

**1.3 Agência de Publicidade ou Agência de Propaganda:** é nos termos do art. 6º do Dec. nº 57.690/66, empresa criadora/produtora de conteúdos impressos e audiovisuais especializada nos métodos, na arte e na técnica publicitárias, através de profissionais a seu serviço que estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos Veículos de Comunicação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes com o objetivo de promover a venda de mercadorias, produtos, serviços e imagem, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições a que servem.

**1.4 Veículo de Comunicação ou, simplesmente, Veículo:** é, nos termos do art. 10º do Dec. nº 57.690/66, qualquer meio de divulgação visual, auditiva ou audiovisual.

**1.5 Fornecedor de Serviços ou, simplesmente, Fornecedor:** é a pessoa física ou jurídica especializada e tecnicamente capacitada a fornecer os serviços ou suprimentos necessários ao estudo, concepção e execução da publicidade, em complementação ou apoio às atividades da Agência, Anunciante e Veículo.

**1.6 Agenciador de Propaganda:** é a pessoa física registrada e remunerada pelo Veículo, sujeita à sua disciplina e hierarquia, com a função de intermediar a venda de espaço/tempo publicitário.

**1.7 Agenciador Autônomo:** é profissional independente – sem vínculo empregatício com Anunciante, Agência ou Veículo – que encaminha publicidade por ordem e conta do Anunciante.

**1.8 Balcão de Anúncios:** é a pessoa jurídica independente, equiparada ao Agenciador Autônomo, que capta publicidade para distribuição aos Veículos de Comunicação.

**1.9 Representante de Veículo ou simplesmente, Representante:** é a pessoa jurídica ou física especializada que trata dos interesses comerciais de seus representados.

**1.10 Valor Negociado:** é o valor fixado na lista pública de preços dos Veículos de Comunicação, já deduzidos os descontos comerciais.

**1.11 Desconto-Padrão de Agência<sup>1</sup> ou simplesmente Desconto Padrão:** é a remuneração da Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, na forma de percentual estipulado pelas Normas-Padrão, calculado sobre o “Valor Negociado”.

**1.12 Valor Faturado:** é a remuneração do Veículo de Comunicação, **resultado da** diferença entre o “Valor Negociado” e o “Desconto-Padrão”.

**1.13 “Fee”:** é o valor contratualmente pago pelo Anunciante à Agência de Publicidade, nos termos estabelecidos pelas Normas-Padrão, independente do volume de veiculações, por serviços prestados de forma contínua ou eventual.



---

<sup>1</sup> Fundamentos legais: art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965, art. 11 do Decreto nº 57.690, de 1966 e art. 19 da Lei nº 12.232, de 2010.

## **2. DAS RELAÇÕES ENTRE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE, ANUNCIANTES E VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO**

**2.1** As relações entre Agências, Anunciantes e Veículos são, a um só tempo, de natureza profissional, comercial e têm como pressuposto a necessidade de alcance da excelência técnica por meio da qualificação profissional e da diminuição dos custos de transação entre si, observados os princípios deste instrumento, a ética e as boas práticas de mercado, incentivando a plena concorrência em cada um desses segmentos.

**2.2** Os Veículos comercializarão seu espaço, seu tempo e seus serviços com base em preços de conhecimento público, válidos, indistintamente, tanto para negócios que os Anunciantes lhes encaminharem diretamente, quanto para aqueles encaminhados através de Agências. É lícito que, sobre esses preços, os Veículos ofereçam condições ou vantagens de sua conveniência, observado o disposto no item 2.3. destas Normas-Padrão.

**2.3** A relação entre Anunciante e sua Agência tem relevância para a relação entre o Anunciante e o Veículo. Na presença dessa relação, o Veículo deve comercializar seu espaço/tempo ou serviços através da Agência, nos termos do parágrafo único do artigo 11 da Lei nº 4.680/65, de tal modo que fique vedado:

- (a)** ao Veículo oferecer ao Anunciante, diretamente, vantagem ou preço diverso do oferecido através de Agência;
- (b)** à Agência, omitir ou deixar de apresentar ao Cliente proposta a este dirigida pelo Veículo.

**2.3.1** É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre Veículos e Anunciantes, diretamente ou por intermédio da Agência de Publicidade responsável pela conta publicitária.

**2.3.2** Quando a contratação de que trata o item 2.3.1 envolver serviços de Agência de Publicidade, esta fará jus à remuneração, observadas as disposições estabelecidas em contrato.

**2.4** O Anunciante é titular do crédito concedido pelo Veículo com a finalidade de amparar a aquisição de espaço, tempo ou serviço, diretamente ou por intermédio de Agência de Publicidade.

**2.4.1** A Agência de Publicidade que intermediar a veiculação atuará sempre por ordem e conta do Anunciante, observado o disposto nos itens 2.4.1.1 a 2.4.1.3.

**2.4.1.1** É dever da Agência de Publicidade cobrar, em nome do Veículo,

nos prazos estipulados, os valores devidos pelo Anunciante, respondendo perante um e outro pelo repasse do “Valor Faturado” recebido ao Veículo.

**2.4.1.2.** A fatura do Veículo será encaminhada ao Anunciante por meio da Agência de Publicidade.

**2.4.1.3** Tendo em vista que o fator confiança é fundamental no relacionamento comercial entre Veículo, Anunciante e Agência e sendo esta última depositária dos valores que lhes são encaminhados pelos Clientes/Anunciantes para pagamento dos Veículos e Fornecedores de serviços de propaganda, fica estabelecido que, na eventualidade da Agência reter indevidamente aqueles valores sem o devido repasse aos Veículos e/ou Fornecedores, terá suspenso ou cancelado seu Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo **CENP**.

**2.4.2** Em virtude de prévio e expresso ajuste, o Anunciante poderá repassar por meio do Veículo a importância correspondente ao “Desconto-Padrão”, observado que nesta hipótese o Veículo somente poderá faturar ou contabilizar como receita própria a parcela correspondente ao “Valor Faturado”<sup>2</sup>

**2.4.3** Excepcionalmente, nos termos de prévio e expresso ajuste, o Anunciante, poderá efetivar diretamente os pagamentos correspondentes ao “Valor Faturado” e ao “Desconto-Padrão”, respectivamente, ao Veículo e à Agência de Publicidade.

**2.5** O “Desconto-Padrão de Agência” de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10, é a remuneração destinada à Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes.

**2.5.1** Toda Agência que alcançar as metas de qualidade estabelecidas pelo **CENP**, comprometendo-se com os custos e atividades a elas relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento do “Certificado de Qualificação Técnica”, conforme o art. 17, inciso I alínea “f” do Decreto nº 57.690/66, e fará jus ao “desconto padrão de agência” não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por ordem e conta de seus Clientes.

**2.5.1.1** No caso de relações *non compliance* indicadas pelo organismo de ética da entidade, o percentual será fixado pelos veículos de acordo com o que dispõe o art. 11<sup>3</sup>, da Lei nº 4.680/65, independentemente de qualquer recomendação do **CENP**, observado disposto no art. 74 dos Estatutos Sociais.

**2.5.2** O “Certificado de Qualificação Técnica” será válido pelo período de 1 (um) a 5 (cinco) anos, a critério do **CENP**, e sua renovação atenderá ao disposto no item 2.5.3 destas Normas-Padrão.

**2.5.3** Serão requisitos obrigatórios para pleitear a certificação que a Agência disponha, em caráter permanente, de estrutura profissional e técnica, bem como de um conjunto mínimo de informações e dados de mídia, cuja configuração está estabelecida no ANEXO “A”. Os dados e documentos fornecidos pela Agência ao **CENP** terão caráter de informações juradas, respondendo a Agência, seus representantes legais e prepostos por sua integridade, veracidade e consistência.

**2.5.3.1** A certificação será precedida de análise das informações juradas prestadas pela Agência, podendo o **CENP**, para tanto, realizar diligências e exames com o objetivo de comprová-las.

**2.5.3.2** A prática de perjúrio ou a apresentação de documentação inconsistente, apurada mediante procedimento apropriado a ser instaurado pelo **CENP**, dará causa

---

<sup>2</sup> Fundamento legal: art. 19 da Lei nº 12.232, de 2010

<sup>3</sup> Art. 11. A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido às Agências de Propaganda, serão fixados pelos Veículos de Divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela.

à redução do prazo de validade, à suspensão ou ao cancelamento do “Certificado de Qualificação Técnica”.

**2.5.3.3** A fim de garantir a efetividade das Normas-Padrão e a publicidade de seus atos, o **CENP** deverá divulgar a decisão de reduzir o prazo de validade, suspender ou cancelar o “Certificado de Qualificação Técnica”, expedindo circulares, publicando-as em boletins e no “web-site” para conhecimento dos associados fundadores e institucionais, autoridades públicas e Veículos de Comunicação.

**2.5.4** Competirá ao **CENP** credenciar os serviços dos Fornecedores de Informações de Mídia e de Verificação de Circulação, para os efeitos do ANEXO “A”.

**2.5.5** Competirá ao **CENP** a edição das normas sobre habilitação e certificação das Agências para os efeitos deste item.

**2.6** Dadas as peculiaridades que afetam o relacionamento com os Anunciantes do setor público, estes têm a obrigação de fornecer suporte legal e formal (empenho e demais atos administrativos decorrentes) ao contratar espaço/tempo e serviços junto a Veículos e Fornecedores, diretamente ou através de Agências, ficando estas responsáveis pela verificação da regularidade da contratação. Emitida a autorização, o Veículo ou Fornecedor presumirá que a Agência atesta que a referida documentação é suficiente para amparar o pagamento devido.

**2.7** É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” com o respectivo Anunciante, observados os preceitos estabelecidos nos itens 3.5 e 6.4 destas Normas-Padrão.

**2.8** É facultada, como exceção à regra do item 3.6.1, a negociação entre Agência e Anunciante dos honorários sobre os serviços e suprimentos externos, desde que seja expressivo o investimento bruto anual a ser aplicado em publicidade pelo Anunciante através da Agência contratada, bem como que a verba de mídia seja pelo menos duas vezes maior do que a da produção.

**2.9** Conforme determina o art. 17, inciso I, alínea “f” do Dec. nº 57.690/66, é vedada a contratação de propaganda em condições antieconômicas, anticoncorrenciais ou que importem concorrência desleal, podendo o **CENP**, diante de tais condutas, aplicar as sanções previstas no art. 74 dos seus Estatutos, bem como representar à autoridade competente, para a imposição das sanções previstas na legislação aplicável.

**2.10** Estas Normas-Padrão da Atividade Publicitária devem ser aplicadas tanto no espírito quanto na letra.

### **3. DAS RELAÇÕES ENTRE ANUCIANTESE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE**

**3.1** Toda Agência, habilitada e certificada em conformidade com o item 2.5 e subitens destas Normas-Padrão, deve estar capacitada a prestar a seu Cliente os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por ordem e conta do Cliente/Anunciante:

**3.1.1** Estudo do conceito, idéia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;

**3.1.2** Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, idéia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;

**3.1.3** Identificação e análise das idéias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;

**3.1.4** Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;

**3.1.5** Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (Criação) e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de Mídia);

**3.1.6** Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos Veículos contratados (execução de Mídia), e o no pagamento das faturas.

**3.2** A Agência deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com seu Cliente, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que o Anunciante obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou idéia.

**3.3** A contratação da Agência pelo Anunciante deve respaldar-se, preferencialmente, em documento escrito, do qual deverá constar o prazo da prestação de serviços e os ajustes que as partes fizerem, complementando e/ou detalhando dispositivos destas Normas-Padrão. O prazo poderá ser indeterminado, mas o seu término deverá ser precedido de aviso dado pela parte interessada à outracom, pelo menos, 60 (sessenta) dias de antecedência. Na vigência da relação contratual, a Agência abster-se-á de colaborar com empresas, instituições, conceitos, idéias, marcas, produtos ou serviços que concorram diretamente com o Cliente; este, reciprocamente, abster-se-á de utilizar os serviços de outras Agências para a difusão dos mesmos conceitos, idéias, marcas, produtos ou serviços; salvo convenção em contrário.

**3.4** Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a Agência deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba do Anunciante.

**3.5** Nas transações entre Anunciantes e Agências tendo por objeto a parcela negociável do “desconto padrão de Agência”, adotar-se-ão como referência de melhor prática os parâmetros contidos no ANEXO “B” a estas Normas-Padrão.

**3.6** Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e

não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

**3.6.1** Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.

**3.6.2** Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o Anunciante pagará à Agência “honorários” de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento).

**3.7** Como estímulo e incentivo à criatividade, presume-se que as idéias, peças, planos e campanhas de publicidade desenvolvidos pertençam à Agência que os criou, observada a legislação sobre o direito autoral.

**3.8** Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o Cliente deverá pagar à Agência o custo desses serviços. A modificação ou o cancelamento de serviços ou suprimentos externos, observará as condições para tanto estabelecidas pelo Fornecedor ou Veículo, e obrigará o Cliente tanto ao pagamento dos custos já efetivados, como ao ressarcimento das obrigações irremediáveis.

**3.9** Constitui prática desleal a apresentação, pela Agência, de trabalhos de qualquer natureza em caráter especulativo a Cliente de outra Agência, a não ser quando expressamente solicitada pelo Anunciante em concorrência para escolha de Agência.

**3.10** Como alternativa à remuneração através do “desconto padrão de agência”, é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante “fees” ou “honorários de valor fixo”, a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência, respeitado o disposto no item 2.9 destas Normas-Padrão.

**3.10.1** O “fee” poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrentes do “desconto padrão de agência”; de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa, etc.

**3.10.2** Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do “fee”, a Agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por esse sistema sejam os abrangidos no item 3.1 e preservados os princípios definidos nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4.

**3.10.3** Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de “fee”, como forma de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência, contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 6 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados pelo Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente (“budgets” de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do “fee”.

**3.11** Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera

Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados

separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

**3.11.1** Consideram-se esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

**3.11.2** O disposto neste item aplica-se à:

- a) reversão da parcela do “desconto de agência”, de que tratam os itens 2.7, 3.5 e 6.4;
- b) negociação do custo dos serviços internos, de que trata o item 3.6, que poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos;
- c) negociação dos honorários incidentes sobre os serviços de que trata o item 3.6.1, ressalvado que os referidos honorários poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos quando se tratar de ações de comunicação que geram veiculação;
- d) negociação dos honorários de que trata o item 3.6.2.

**3.12** A possibilidade de eliminação/exclusão/supressão de custo e honorários de que tratam as letras “b” e “c” do subitem 3.11.2 é vedada nos casos em que, comprovadamente, seja comprometida a execução do contrato de prestação de serviços, ferindo o que dispõe o parágrafo 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93.

#### **4. DAS RELAÇÕES ENTRE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO**

**4.1** É reservado exclusivamente à Agência como tal habilitada e certificada o “desconto padrão de agência”, nos termos do item 2.5 e seguintes destas Normas-Padrão, bem como eventuais frutos de planos de incentivo, voluntariamente instituídos por Veículos.

**4.1.1** Os planos de incentivo concedidos pelos Veículos não poderão se sobrepor aos critérios técnicos na escolha de mídia nem servir como pretexto de preterição aos Veículos que não os pratiquem.

**4.2** Os planos de incentivo às Agências mantidos por Veículos não contemplarão Anunciantes.

**4.3** Não será aceita a compra e venda de espaço/tempo ou serviço em desacordo com o disposto na Lei nº 4.680/65 e no Decreto nº 57.690/66, e em especial a realizada por intermédio de centrais de mídia fechadas, de “bureaux de mídia” (“media brokers”), Agências independentes de mídia ou entidades assemelhadas.

**4.4** A existência de vínculo entre determinada Agência e “central de mídia fechada”, “bureau de mídia”, Agências independentes de mídia ou entidade assemelhada, em razão de capital,

acordo operacional ou de assistência técnica, parceria eventual ou simples mandato, não equipara tais entidades a uma Agência para o efeito de perceberem o “desconto padrão de agência” de que tratao item 2.5.1 destas Normas-Padrão.

**4.4.1** Entende-se por “central de mídia fechada” aquela entidade que se propõe a substituir determinado(s) Anunciante(s) e suas marcas na negociação e compra de espaço/tempo ou serviço, desconsiderando a Agência(s) apta(s) ao seu pleno atendimento e reconhecida(s) pelo Veículo(s) como detentora(s) da(s) conta(s).

**4.4.2** A Agência que participar, no Brasil, do capital, direção técnica ou da operação das empresas ou entidades descritas nos itens 4.4 e 4.4.1 destas Normas-Padrão não fará jus ao “desconto padrão de agência”.

**4.5** A Agência adquirirá espaço/tempo ou serviço individualmente, para uso exclusivo de seus respectivos Clientes. Os Veículos não aceitarão reservas nem efetivarão a venda de espaço/tempo sem a indicação precisa do Anunciante responsável pelo conteúdo da mensagem.

**4.6** Salvo disposição em contrário, as negociações entre Agências e Veículos tomarão por base a verba individualizada de cada Cliente e, a critério de cada Veículo, as verbas das respectivas categorias e/ou marcas.

**4.7** Quando adotada a forma de atendimento compartilhado, ou quando o Anunciante instituir uma “central de mídia aberta” para coordenar as atividades de compra de mídia, as Agências continuarão responsáveis: (a) pelo planejamento de mídia das marcas a elas confiadas, desde que as mesmas estejam plenamente capacitadas para tal; (b) pela emissão das autorizações de veiculação e (c) pelo pagamento das respectivas faturas.

**4.8** Constitui prática desleal da Agência oferecer ou prometer, em nome de Veículo, desconto ou eventuais frutos de programas de incentivo por ele instituído, notadamente em ações de prospecção, concorrência ou licitação.

## **5. DAS RELAÇÕES ENTRE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E AGENCIADORES AUTÔNOMOS**

**5.1** Pela intermediação da venda de espaço/tempo ou serviços, os Agenciadores Autônomos farão jus a uma comissão inferior ao “desconto padrão de agência”, com o qual não se confunde, que será paga pelo Veículo após a liquidação da respectiva fatura pelo Anunciante.

**5.2** O Veículo arbitrará o percentual da comissão devida a Agenciadores, levando em consideração, além de outros critérios, o grau de complexidade de intermediação, a abrangência do serviço prestado e a oferta de serviços, na praça, por Agência de Propaganda portadora do “Certificado de Qualificação Técnica” concedido pelo **CENP**.

**5.3** O Agenciador não poderá transferir ao Anunciante ou a terceiro a comissão recebida de Veículo.

**5.4** Os Veículos suspenderão a concessão de comissão ao Agenciador que infringir o disposto no item



5.3 destas Normas-Padrão.

## **6. DAS PRÁTICAS E PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA**

**6.1** A Agência de Publicidade que intermediar a veiculação atuará sempre por ordem e conta do Anunciante, observado o disposto nos itens 6.1.1 a 6.1.3.

**6.1.1** É dever da Agência de Publicidade cobrar, em nome do Veículo, nos prazos estipulados, os valores devidos pelo Anunciante, respondendo perante um e outro pelo repasse do “Valor Faturado” recebido ao Veículo.

**6.1.2.** A fatura do Veículo será encaminhada ao Anunciante por meio da Agência de Publicidade.

**6.1.3** Tendo em vista que o fator confiança é fundamental no relacionamento comercial entre Veículo, Anunciante e Agência e sendo esta última depositária dos valores que lhes são encaminhados pelos Clientes/Anunciantes para pagamento dos Veículos e Fornecedores de serviços de propaganda, fica estabelecido que, na eventualidade de a Agência reter indevidamente aqueles valores sem o devido repasse aos Veículos e/ou Fornecedores, terá suspenso ou cancelado seu Certificado de Qualificação Técnica concedida pelo **CENP**.

**6.2** Em virtude de prévio e expreso ajuste, o Anunciante poderá repassar por meio do Veículo a importância correspondente ao “Desconto-Padrão”, observado que nesta hipótese o Veículo somente poderá faturar ou contabilizar como receita própria a parcela correspondente ao “Valor Faturado”<sup>4</sup>

**6.3** Excepcionalmente, nos termos de prévio e expreso ajuste, o Anunciante, poderá efetivar diretamente os pagamentos correspondentes ao “Valor Faturado” e ao “Desconto-Padrão”, respectivamente, ao Veículo e à Agência de Publicidade.

**6.4** É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus com o respectivo Anunciante, observados os parâmetros contidos no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS, os quais poderão ser revistos pelo Conselho Superior das Normas-Padrão.

**6.5** O “desconto padrão de agência” não será concedido:

**a)** a Anunciantes diretamente ou a “Departamentos de Propaganda” de Anunciantes ou Agências Próprias (“House Agencies”) que não se conformarem ao disposto no item 2.5 e subitens; e item 8.5 destas Normas-Padrão;

**b)** às empresas que se dedicam exclusiva ou principalmente à prestação de serviços de mídia, descritas nos itens 4.4 e subitens destas Normas-Padrão.

**c)** à Agência que comprar, autorizar e pagar mídia em favor de Cliente(s) e/ou marca(s) cuja conta publicitária esteja confiada a outra Agência.

**d)** quando o Veículo não reconhecer determinada Agência como responsável pelo plenoatendimento da conta publicitária de determinado Anunciante ou quando, mesmo reconhecida, não se tenha encarregado plenamente do atendimento da conta publicitária.

---

<sup>4</sup> Fundamento legal: art. 19 da Lei nº 12.232, de 201

**6.6** Tanto nas relações com anunciantes do setor público quanto privado, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar valores correspondentes ao “desconto-padrão de agência” como receita própria, inclusive quando o repasse de tais valores à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

**6.7** Para efeito dos itens 2.5, 6.6 e demais itens com estes relacionados, faz-se necessário inserir, no campo de informações adicionais das Notas Fiscais e Faturas Comerciais dos Veículos, a seguinte expressão:

**“Valor de Referência do ‘Desconto-Padrão’ (remuneração da Agência – item 1.11 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária): R\$ ”**

## **7. DO CENP – CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO**

**7.1** Compete ao Conselho Executivo das Normas-Padrão ou simplesmente **CENP**:

- a)** avaliar e propor eventuais alterações a este instrumento e a seus anexos, face à dinâmica da evolução da atividade;
- b)** esclarecer os interessados sobre o sentido de suas regras;
- c)** outorgar os “Certificados de Qualificação Técnica” de que trata o item 2.5.1 deste instrumento;
- d)** credenciar os serviços dos Fornecedores de Informações de Mídia e Verificação de Circulação, conforme previsto no item 2.5.4 deste instrumento;
- e)** promover em conjunto com as Entidades participantes deste acordo o permanente aperfeiçoamento dos padrões qualitativos do mercado nos seus três segmentos, inclusive no que toca à ativa e leal concorrência dos que nele atuam.

**7.2** O **CENP** terá um Conselho de Administração e Governança encarregado da sua direção, um Conselho Superior das Normas-Padrão encarregado pela matérias normativas do **CENP** e um Conselho de Ética, que ligado diretamente a este último, será encarregado de promover conciliações e mediações, bem como arbitrar conflitos e controvérsias entre os agentes do mercado que optaram por aderir ao modelo brasileiro de autorregulação, decidindo também acerca das violações à ética comercial no que se refere à legislação em vigor, inclusive quanto ao Código de Ética da Lei n. 4.680/65, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, os Estatutos Sociais do **CENP** e demais documentos normativos.

**7.3** O Conselho de Ética do **CENP** terá seu funcionamento disciplinado em Regimento Interno e atuará por meio dos seguintes órgãos especializados: Câmaras de Conciliação e Mediação, Câmaras de Arbitragem e Conflitos Éticos e Colégio de Presidentes, constituído cada um desses órgãos por representantes dos três segmentos, com paridade, na forma do Regimento Interno do Conselho de Ética.

---

**7.3.1** Na análise das reclamações e disputas que lhe forem submetidas, o **CENP** adotará a ética e as melhores práticas comerciais como fins; e a tentativa de conciliação e mediação ou a realização de arbitragens de conflitos como meios, assegurando às partes amplo direito de defesa e a garantia do contraditório.

**7.4** O Conselho Superior das Normas-Padrão será constituído por 4 (quatro) representantes de Anunciantes, designados pela ABA; 6 (seis) representantes de Agências, designados, respectivamente, 3 (três) pela ABAP e 3 (três) FENAPRO; e 12 (doze) representantes de Veículos.

**7.4.1** O Conselho Superior das Normas-Padrão também poderá contar com 1 (um) representante da União, designado pela Secretaria da Comunicação de Governo, da Presidência da República, ou de órgão que venha a sucedê-la na incumbência de coordenar e supervisionar a publicidade dos órgãos e entidades da Administração Pública Federal, direta e indireta.

**7.5** O **CENP**, constituído como uma associação civil sem fins lucrativos e duração por prazo indeterminado, tem sede e foro na cidade de São Paulo.

## **8. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS**

**8.1** A atividade publicitária exercida pelas Agências, Agenciadores de Propaganda, Agenciadores Autônomos, Fornecedores e Veículos de Comunicação, por ordem e conta dos Anunciantes, é regida pela Lei Federal nº 4.680/65; pelo Decreto Federal nº 57.690/66, parcialmente alterado pelo Decreto Federal nº 2.262/97; este revogado pelo Decreto Federal 4.563/02 que deu nova redação ao artigo 7º do Decreto Federal 57.690/66; pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1957 e incorporado à mencionada Lei nº 4.680/65; e pelo Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária (1978).

**8.2** À falta de uma entidade que congregue coletivamente todos os Veículos em âmbito nacional e até a sua constituição, o segmento Veículos será representado no **CENP** por 12 (doze) representantes designados em comum acordo pelas entidades e organizações signatárias do Acordo de Auto-Regulamentação de 25 de junho de 1997, que precedeu à edição destas Normas-Padrão.

**8.3** Estas **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA** revogam e substituem:

I. As “Normas-Padrão para Prestação de Serviços de Comunicação pelas Agências de Propaganda e Veículos de Comunicação e suas Recíprocas Relações”, de 25/6/97.

II. As “Normas-Padrão” editadas pela ABAP em 1960, em acatamento ao I Congresso Brasileiro de Propaganda (1957) e

III. As normas e recomendações contidas na “Instrução Nº 1”, editada pela ABAP, em conjunto com outras entidades, em 23/4/68.

**8.4** Agências e Anunciantes que firmam este acordo terão prazo de até 120 (cento e vinte)

dias contados desta data para ajustar-se aos preceitos acordados neste instrumento, tendo em vista o disposto no artigo 17 da Lei nº 4.680/65.

**8.4.1** Eventuais adesões de Agências após o prazo previsto no “caput” deverão fazer-se acompanhar da demonstração prévia de sua conformidade aos parâmetros acordados no Anexo “A”.

**8.5** As empresas referidas no item 6.5 letra “a” (“House Agencies”) destas Normas-Padrão que estiverem em atividade, de maneira ininterrupta, nos 24 (vinte e quatro) meses que precederam à edição deste instrumento, farão jus ao “desconto padrão de agência” estritamente em relação aos Clientes que estejam atendendo no presente, em conformidade com o regime especial de habilitação e certificação que será estabelecido pelo **CENP**.

**8.6** Os casos omissos serão dirimidos pelo **CENP**.

**8.7** Estas Normas-Padrão e seus Anexos passam a vigorar na data de sua publicação no “Diário Oficial da União”.

**Parágrafo Único** – O efeito de conferir vigor às Normas-Padrão e seus Anexos também poderá ser alcançado pela publicação em, pelo menos, dois jornais de grande circulação.

**As presentes Normas-Padrão foram aprovadas em 16 de dezembro de 1998, inclusive os Anexos “A” e “B”, e seu texto revisado e atualizado pelo Conselho Superior das Normas-Padrão em 04/05/2000, 29/03/2001, 16/05/2002, 10/09/2002, 31/10/2002, 15/12/2010, 13/11/2012, 12/03/2013, 08/10/2013 e 12/11/2013. O Anexo “C” foi aprovado em 01/12/2008. O adendo do anexo B foi aprovado em 16/07/2019.**

#### **ANEXO “A”**

**Instituído para atender o item 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária Estrutura Profissional, Técnica e Recursos de Mídia das Agências.**

**Gabarito Mínimo para os Compromissos com Serviços de Informações de Mídia (Pesquisa)**

Com base no disposto nas Leis nº 4.680/65 e nº 12.232/10, o “desconto-padrão de agência”, reconhecido pelo mercado publicitário como ferramenta de progresso da atividade, destina-se, exclusivamente, às Agências de Propaganda com a finalidade de subsidiar a manutenção e desenvolvimento de suas estruturas, essenciais à qualificação e eficácia da publicidade. Para assegurar a aplicação correta do princípio que instituiu o desconto-padrão, este Anexo define os compromissos das Agências quanto ao elenco mínimo de recursos técnicos de serviços de informações de mídia (pesquisa), considerando suas dimensões, abrangência de atuação e carteira de Clientes.

Os parâmetros correspondentes a cada faixa de receita de mídia devem ser entendidos como mínimo aceitável para uma prestação de serviços de qualidade, dentro do padrão próprio de cada faixa, para que a Agência se habilite ao Certificado de Qualificação Técnica a ser outorgado pelo **CENP**.

Não existe, no entanto, nenhum impedimento à Agência em dispor/fazer uso de serviços adicionais à sua faixa de receita de mídia, inclusive podendo ser considerada, nesse caso e desde que devidamente comprovado, como participante de grupo correspondente.

### **Princípios Básicos:**

1. Os serviços de informações de mídia podem variar em função da faixa de receita de mídia da Agência, da configuração da respectiva carteira de Clientes e área geográfica de sua atuação.
  2. Cabe ao Conselho Superior das Normas-Padrão definir os índices de pontuação por tipo de serviço/fornecedor, de acordo com as diferentes faixas de receita de mídia, para aceitação do conjunto de relatórios disponibilizados.
  3. Estes índices serão atualizados, anualmente, mediante a aprovação/resolução do Conselho Superior das Normas-Padrão, devendo ser divulgados no segundo quadrimestre de cada ano por meio de **gabarito de pontos ([clique aqui](#))**, com base nas seguintes premissas:
    - Share dos meios nos investimentos publicitários;
    - Relevância econômica e realidade dos mercados, no que tange à oferta de serviços de informações de mídia, sua periodicidade e alcance;
    - Relevância dos Estudos/Relatórios credenciados;
    - Os Estudos/Relatórios serão agrupados em pilares: Audiência / Investimento / Hábitos, e analisados conforme informações de comercialização oferecidas pelos Fornecedores com Serviços Credenciados;
-

4. O estudo e a elaboração do gabarito de pontos são de responsabilidade do Comitê Técnico de Mídia (CTM), órgão criado pelo Conselho Superior das Normas-Padrão da entidade cuja função é prestar consultoria e aconselhamento técnico ao **CENP**, em todos os assuntos referentes à mídia e relacionados a este Anexo. O CTM é constituído, paritariamente, por profissionais de mídia dos segmentos Agência/Veículo/Anunciante.

5. O enquadramento da Agência se fará em Grupos com faixas de Receita de mídia (em R\$), definidas a cada ano de acordo com a realidade de mercado, estabelecidas e divulgadas no segundo quadrimestre/ano, juntamente com o **gabarito de pontos** ([clique aqui](#)) de que trata o Item 3 deste Anexo.

5.1 O enquadramento de que trata o item 5 corresponderá à classificação técnica mínima da Agência. Mediante comprovação de que dispõe/faz uso de serviços adicionais de mídia, a Agência poderá pleitear seu enquadramento em classificação técnica superior, comprometendo-se a manter os serviços adicionais comprovados por pelo menos 6 (seis) meses.

5.2 A classificação técnica será divulgada pelo **CENP** em caráter permanente, para conhecimento do mercado.

6. A ascensão à faixa de receita de mídia superior poderá ser determinante para ampliação do compromisso de dispor/fazer uso de serviços de informações de mídia, desde que esta não implique em custo operacional superior ao aumento de receita de mídia da Agência.

7. Receitas de mídia eventuais não serão consideradas como determinantes para ampliação deste compromisso, cabendo à Agência interessada demonstrar tal eventualidade ou sazonalidade junto ao **CENP**.

8. Cabe à Agência comprovar que dispõe/faz uso de serviços de informações de mídia neutras e independentes, disponibilizadas pelos Fornecedores com serviços tecnicamente credenciados pelo **CENP**, por meio do Comitê Técnico de Mídia (CTM).

9. Ao pleitear a certificação, a Agência assume o compromisso de dispor/fazer uso de serviços de informações de mídia, em caráter permanente, conforme disposto no item 2.5.3 destas Normas- Padrão da Atividade Publicitária.

10. Cabe ao **CENP** verificar, anualmente, se as Agências detentoras do Certificado de Qualificação Técnica estão cumprindo com os compromissos de serviços de informações de mídia elencados neste Anexo "A".

11. ABAP e os SINAPROS associados à FENAPRO poderão manter cursos de treinamento destinados aos profissionais das Agências a elas filiadas, tanto para a difusão de informações e técnicas de mídia quanto para lhes proporcionar os conhecimentos necessários à utilização dos serviços disponibilizados.

12. O **CENP**, em parceria com os principais Fornecedores de informações de mídia, disponibilizará às Agências enquadradas nos Grupos Oito, sem qualquer ônus, os serviços de informações de mídia e elementos tidos como necessários para lhes assegurar condições qualitativas de desempenho e possibilidade de ascensão.

**13.** Os Serviços Básicos de Informação de Mídia regular, para efeitos de cumprimento do Anexo “A”, compreendem Estudos e Relatórios disponibilizados por Fornecedores com Serviços Credenciados, fundamentados nos pilares de Audiência/Investimento/Hábito, para os seguintes meios:

- Televisão Aberta e por Assinatura;
- Rádio (AM e FM);
- Revista;
- Jornal;
- Internet;
- Cinema;
- Publicidade Exterior / Mídia Out of Home – OOH.

Para os meios Jornal e Revista está compreendida, também, a aferição de circulação.

**14.** Cabe ao **CENP**, conforme previsto no item 2.5.4 das Normas-Padrão, reconhecer os estudos/informações/software de mídia disponibilizados pelos Fornecedores de informações de mídia, ficando sob a responsabilidade do CTM, recomendar ao Conselho Superior das Normas-Padrão, após análise, o credenciamento dos serviços oferecidos pelos Fornecedores, excetuados os casos de credenciamento de serviços de Verificação de Circulação, cujo processamento estará a cargo do Departamento Jurídico, por delegação de Diretor designado, conforme art. 44 dos Estatutos Sociais do **CENP**.

## **GRUPOS UM, DOIS, TRÊS E QUATRO**

As Agências dos Grupos Um, Dois, Três e Quatro assumem o compromisso de dispor/fazer uso de serviços de informações de mídia, em conformidade com os princípios básicos acima expostos, em especial no que tange ao gabarito de pontos de que trata o item 3.

Os compromissos com o serviço de controle de mídia (fiscalização) devem estar alinhados com as exigências e necessidades da carteira de clientes e atender aos contratos com eles estabelecidos, sendo que eventuais exceções deverão ser apresentadas ao CTM para análise e avaliação.

Recomenda-se que as Agências disponham/façam uso de Otimizadores e Softwares multimídia cuja escolha do fornecedor fica a seu critério.

## **GRUPOS CINCO, SEIS E SETE**

As Agências dos Grupos Cinco, Seis e Sete assumem o compromisso de dispor/fazer uso, respectivamente, de 03 (três), 02 (dois) e 01 (um) dos serviços de informações de mídia disponibilizados pelos Fornecedores com serviços credenciados pelo **CENP**.





Os compromissos poderão ser flexibilizados por recomendação do Comitê Técnico de Mídia (CTM), sempre e comprovadamente, quando a oferta no mercado analisado for igual ou inferior ao disposto neste Anexo.

Nestes casos, a Agência deverá solicitar ao CTM a revisão do disposto, comprovando os fatos alegados.

## **GRUPO OITO**

A essas Agências, o **CENP**, em parceria com os Fornecedores de Informações de Mídia com serviços credenciados pela entidade – [www.cenp.com.br](http://www.cenp.com.br) – disponibilizará, através do Banco de Informações de Mídia, as pesquisas e elementos tidos como necessários para lhes assegurar condições qualitativas de desempenho e possibilidade de ascensão.

Recomenda-se que a essas pesquisas sejam adicionadas outras informações de mercado e mídia que venham a agregar valor ao planejamento de mídia.

### **CONTRAPARTIDA ESPERADA DOS FORNECEDORES DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES DE MÍDIA**

O incentivo da ABAP, FENAPRO e Veículos, com o apoio do **CENP**, à disposição e utilização dos serviços de informações de mídia, deverá gerar uma contrapartida positiva dos Fornecedores com Serviços Credenciados no que diz respeito à qualidade dos dados e serviços disponibilizados, além dos preços ou descontos especiais para as Agências enquadradas nos Grupos Cinco, Seis, Sete e Oito deste Anexo.

As Entidades e empresas acima mencionadas cuidarão de acertar com os Fornecedores com Serviços Credenciados uma proposta de controle de qualidade que priorize os seguintes tópicos:

- Crítica de toda informação que é produzida, ou seja, os dados só deverão constar de relatórios após terem sido checados pelo Fornecedor, que informará o assinante no caso de alguma irregularidade. Inclui-se neste item a inconsistência amostral de Veículos de baixa audiência, que devem ser excluídos dos relatórios;
- Racionalização dos dados e agilidade da informação para atender às necessidades do usuário obter e gerar respostas rápidas e concisas, aumentando sua proximidade com o mercado;
- O Fornecedor deverá ter uma equipe bem preparada, com conhecimento da metodologia e de todas as fases de processamento dos dados, para responder às dúvidas dos usuários com relação aos resultados que constam nos relatórios e processamentos especiais, cumprindo rigidamente os prazos de entrega;
- Zelar pelo bom atendimento ao mercado em geral, ampliando, se for o caso, as

equipes com parte dos recursos provenientes dos novos assinantes, que são menos experientes no uso do serviço de informação de mídia e exigem maior dedicação de tempo dos Fornecedores e seu pessoal; e

- Avaliação sobre a necessidade e oportunidade de inclusão de novos serviços de informações de mídia passíveis de credenciamento pelo **CENP** para inclusão neste Anexo, por recomendação da ABAP/FENAPRO.
- As tabelas e terminologias usadas nos relatórios devem ser autoexplicativas;

Do ponto de vista comercial, as Entidades e empresas acima mencionadas também deverão cobrar dos Fornecedores beneficiados uma política de preços que incentive o mercado assinante a evoluir em suas análises através do uso de processamentos e consultas especiais, mas evitando a duplicação de custos.

Além disso, deverá ser cobrado dos Fornecedores o reinvestimento de parte da maior receita gerada pela expansão do mercado em itens como:

- Desenvolvimento de novos softwares;
- Expansão da área de cobertura dos estudos regulares;
- Ampliação do número de mercados estudados; e
- Maior uso de recursos avançados (como, por exemplo, people meters).

**A alteração do Anexo “A” das Normas-Padrão da Atividade Publicitária foi aprovada pelo Conselho Superior em 16/07/2019 para entrada em vigor em jan/2020.**

## ANEXO "B"

---

### SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária

---

#### INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA

#### PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE

---

Até R\$ 2.500.000,00.

Nihil.

De R\$ 2.500.000,01  
a R\$ 7.500.000,00.

Até 2% (dois por cento)  
do investimento bruto

De R\$ 7.500.000,01  
a R\$ 25.000.000,00.

Até 3% (três por cento)  
do investimento bruto.

De R\$ 25.000.000,01  
em diante.

Até 5% (cinco por cento)  
do investimento bruto.

---

### ADENDO AO ANEXO "B" DAS NPAP

---

**1.1** – A previsão contida no Anexo "B" original deverá ser substituída pela abaixo quanto aos percentuais passíveis de retorno do desconto-padrão em favor dos anunciantes e os investimentos totais em veículos aderentes por parte dos anunciantes.

---

Abaixo de R\$ 2,5	0
De R\$ 2,5 até R\$ 7,5	2
De R\$ 7,5 até R\$ 25	3
De R\$ 25 até R\$ 40	5
De R\$ 40 até R\$ 55	6
De R\$ 55 até R\$ 70	7
De R\$ 70 até R\$ 85	8
De R\$ 85 até R\$ 100	9
Acima de R\$ 100	10

---

**1.2** – Para os benefícios previstos neste adendo, pressupõe-se que os investimentos totais em mídia, realizados anualmente, tenham as seguintes premissas:

- a) Total dos investimentos realizados em veículos aderentes ao ambiente de autorregulação, por cliente-anunciante (soma dos investimentos realizados por meio de suas agências certificadas), com liberdade negocial entre o cliente e suas agências, garantindo, no entanto, os parâmetros dos benefícios;
- b) Serão consideradas as verbas de mídia investidas apenas em veículos aderentes às Normas-Padrão, excluindo-se aqueles que não fixam a remuneração da agência pela intermediação de mídia;
- c) Equilíbrio econômico de cada relação comercial quando o cliente investir por mais de uma agência;
- d) Havendo mais de uma conta de publicidade para atendimento, o cliente-anunciante poderá negociar com as agências envolvidas parcela do valor referente ao desconto-padrão, de forma que a média aritmética simples obtida no cálculo dos valores revertidos, em relação ao total do investimento em mídia, esteja em conformidade aos parâmetros normativos;
- e) Para promover o equilíbrio em relação às agências que atendam contas menores de um cliente-anunciante, a agência com conta de publicidade com volume menor que 15% do total de investimento em mídia deste cliente-anunciante, os parâmetros deste adendo não são aplicáveis.

**1.3** – O desconto-padrão será assegurado somente à Agência de Publicidade, tanto em ambiente legal, como em ambiente autorregulado, conforme legislação federal e normas de autorregulação<sup>5</sup>, e justifica-se nas duas etapas dos serviços prestados por agência:

- a) 1ª etapa: envolve os serviços técnicos de planejamento de mídia prestados exclusivamente ao cliente e, sendo, portanto, relação privativa e exclusiva entre agência e anunciante que, quando encerrada e aprovada, dá início à segunda etapa;
- 2ª etapa: compreendendo a negociação, contratação e distribuição da mídia aos veículos de comunicação/divulgação, após aprovação prévia e expressa do anunciante, gerando, obrigatoriamente, como esclarece em caráter interpretativo o art. 19 da lei nº 12.232/10, o desconto-padrão remuneratório estabelecido pelo art. 11 da lei 4.680/65, incluindo o

*del-credere* (cobrar do cliente os valores contratados e repassá-los imediatamente ao veículo).

<sup>5</sup> Cf. art. 11 da Lei 4.680/65, art. 19 da Lei 12.232/10 e item 2.5 das NPAP.

---

- 1.3.1** Em princípio, a agência só é remunerada pelos serviços relacionados à intermediação de mídia quando é executado o plano de mídia, ou seja, quando concretizada a integralidade das etapas acima, pois na sua ausência ou incompletude, a agência não possuirá direito a qualquer remuneração fixada por veículos.
- 1.3.2** A agência deverá ajustar a remuneração pelos serviços com seu cliente-anunciante sempre que a 2ª etapa descrita acima não se concretize, para que as condições econômicas de contratação sejam positivas e viáveis para a boa execução do contrato.
- 1.4** – Os serviços prestados diretamente pela agência, que sejam ligados ou resultem em investimentos em mídia, poderão ser remunerados pelo desconto-padrão, desde que tenham sido previamente ajustados entre agência e anunciante, conforme rol abaixo:
- a) Concepção, criação e execução da publicidade e sua distribuição aos veículos de divulgação / comunicação aderentes à autorregulação;
  - b) Supervisão dos trabalhos de produção externa, desde que tenham relação direta com a geração de investimentos em mídia;
  - c) Cessão dos direitos de uso da criação nas campanhas a serem veiculadas, pois se presume que a criação intelectual, planos e campanhas de publicidade desenvolvidos pertençam à agência que os criou, observada a legislação sobre direito à propriedade intelectual;
  - d) Pesquisas relacionadas à concepção de peças e campanhas, desde que tenham relação direta com a geração de investimentos em mídia;
  - e) Despesas diretamente relacionadas à equipe de profissionais e demais recursos (pesquisa de mídia, softwares e afins) necessários ao planejamento e execução de mídia;
  - f) Projetos de reposicionamento de marca que efetivamente motivem posterior investimento em mídia;
  - g) Custos dos serviços de checking, previstos na legislação de regência, quando houver:
    - 1. Viabilidade técnica: disponibilidade do serviço de checagem realizada por terceiros em determinada praça, para aquele determinado veículo de comunicação / divulgação.



Cabe à agência apresentar as devidas justificativas e comprovações para demonstrar a inviabilidade apontada;

II. Viabilidade jurídica/econômica: considerando os princípios do equilíbrio contratual, da economicidade e proporcionalidade, os custos com os serviços de checking com auditoria independente não devem se revelar superiores aos custos médios de mercado de checkinge ao montante que a agência recebe de remuneração do desconto-padrão, referente a cada veiculação negociada, vale dizer, para cada contratação (pedido de inserção-PI) existe a respectiva remuneração do desconto-padrão, sendo que os custos de checking para esta veiculação não consomem, de fato, a remuneração da agência oriunda daquele PI, considerando o rol de serviços já elencados acima.

1.5 – O valor referente ao *fee* relacionado ao desconto-padrão deve ser igual ou maior ao mesmo, conforme previsões normativas do ambiente de autorregulação.

1.6 – Este adendo terá o início de sua vigência em 01 de janeiro de 2020, passando a vigor na data de sua publicação naquilo que couber.

1.7 – O acompanhamento aos novos parâmetros das Normas-Padrão será realizado por meio de um índice de aderência que:

(i) será estruturado por meio de critérios objetivos, simples e realizado por terceiro independente, sob estritas regras de confidencialidade e sigilo da informação, sendo que seus resultados não se sujeitam a qualquer análise pelo Conselho de Ética;

(ii) mensurado a cada biênio.

**Adendo aprovado pelo Conselho Superior em 16/07/19.**

## **ANEXO "C"**

### **DOS PLANOS DE INCENTIVO**

Os normativos dispostos neste Anexo referem-se aos planos de incentivo instituídos por veículos de comunicação, tratados nos itens 4.1, 4.1.1, 4.2 e 4.10<sup>6</sup> das Normas-Padrão.

Neste documento, as agências de publicidade são designadas, simplesmente, como "agências"; os veículos de comunicação como "veículos" e os planos de incentivo como "incentivo":

1. O incentivo como melhor prática é instrumento lícito e legal e terá como propósito o desenvolvimento do mercado publicitário, a qualificação técnica e profissional da agência, objetivando sempre a excelência dos serviços que ela presta tanto ao veículo quanto a anunciantes.
2. O incentivo é iniciativa unilateral do veículo, dirigido unicamente à pessoa jurídica da agência, sendo indevida a ingerência externa de qualquer tipo, inclusive do CENP. Dado o seu caráter de liberalidade, o veículo está livre para configurar o respectivo plano, bem como para e não apenas: estabelecer critérios, objetivos, metas, âmbito, metodologia de aferição, duração, condições para habilitação, inclusão e exclusão de agência, e estipular os frutos, que poderão ser ou não de natureza monetária.
3. O incentivo vincula tão-somente o veículo instituidor e a agência por ele habilitada, sem que dessa relação empresarial resulte ônus para os clientes-anunciantes, os quais, por definição, não são parte dela.
4. As recomendações de mídia da agência basear-se-ão na boa técnica, prevalecendo está sobre o escopo do incentivo, ressalvado sempre o direito de escolha do anunciante.
5. Os frutos proporcionados pelo incentivo constituem receita da agência, a ser regularmente escriturada e oferecida à tributação.
6. É lícito ao cliente indagar se a agência participa ou não de planos de incentivo, assim como, é lícito à agência e ao veículo guardar, nos termos da lei, sigilo acerca de valores recebidos e pagos, e dos critérios para a concessão de incentivos.

---

<sup>6</sup> Atual redação do item 4.8 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais



## ANEXO III

### CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA

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

<b>QUESITOS</b>	<b>SUBQUESITOS</b>
<b>1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</b>	I - Raciocínio básico
	II - Estratégia de comunicação publicitária
	III - Ideia criativa
	IV - Estratégia de mídia e não mídia
<b>2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>	I – Clientes
	II- Profissionais
	III- Infraestrutura
	IV – Sistemática de atendimento
<b>3. REPERTÓRIO</b>	
<b>4. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO</b>	

1 O Plano de Comunicação Publicitária - VIA NÃO IDENTIFICADA - consistirá de impressos em papel sulfite tamanho A4 (210 x 297mm), sob a forma de layout, roteiro, storyboard, tabelas e textos de tipografia Arial, tamanho 12, sem condensação e entrelinhamento simples, e será composta de quatro quesitos:

I - Raciocínio básico, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - Estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Câmara Municipal;

III - Ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária, podendo escolher até 04 (quatro) meios dos que estão abaixo especificados. Deverá a empresa participante produzir, entre os meios especificados nas alíneas “a” até o “e”, quatro que melhor atender a estratégia de comunicação defendida:

- a) Rádio: Spot ou Jingle: roteiro;
- b) Outdoor: layout;
- c) Internet: layout (até 2 peças);
- d) Jornal ou Revista: layout;

e) Não-mídia: layout (*folder ou cartaz ou folheto*).

IV - Estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ele sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos de no máximo 04 (quatro) páginas, permitindo-se dentro deste limite a inclusão de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que identificarão as peças sugeridas na Ideia Criativa a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, no limite máximo de páginas fixadas.

V - Na simulação de que trata o item 1.1. IV:

- a) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

1.1 Exclusivamente na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia, os proponentes poderão utilizar os tamanhos da fonte tipográfica Arial que julgarem mais adequados para sua apresentação.

1.2 O Plano de Comunicação Publicitária previsto no item 1.1 será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria em envelope padronizado fornecido previamente pelo licitante, e outra com a identificação;

1.3 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.

1.4 Será vedada a aposição ao envelope e conteúdo destinado às informações da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de qualquer marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro indicativo que possibilite a identificação do seu proponente/autor antes ou depois da abertura do envelope 01. Ela não poderá ultrapassar o número de páginas previstas no Edital referentes aos seus itens 1 I, II, III e IV e deverá ser apresentada da seguinte forma:

- em papel A4, 90 g, branco;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos, título e linhas subsequentes;
- sem utilização de “caps lock” ou caixa alta no texto ou título;
- com textos justificados;
- com espaçamento “simples” entre linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;

- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito;
- sem grampo;
- sem identificação da licitante.

1.5 Será desclassificada a licitante que descumprir o disposto no item 1.4 acima mencionado.

1.6 A campanha publicitária da proposta vencedora poderá, a critério da Câmara Municipal, ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato.

2 O Conjunto de Informações consistirá nos quesitos capacidade de atendimento, Repertório e Relatos de Soluções:

2.1 O envelope de nº 03 deverá conter a Proposta Técnica - Conjunto de Informações, em uma única via que deverá ser datada e assinada pelo representante da Licitante, indicando, no encerramento, a quantidade de páginas que a compõem; consistirá de um caderno impresso em papel sulfite tamanho A4 (210 x 297mm), composto de textos - utilizar tipografia arial, tamanho 12. Deverá conter informações destinadas a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes e compor-se-á de 02 (dois) quesitos:

2.1.1 Capacidade de Atendimento (em textos e/ou fotos):

I. Em no máximo 10 (dez) páginas, a licitante apresentará:

a) Currículos com a quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da agência licitante (no mínimo: atendimento, arte, redação, mídia, planejamento, produção);

b) Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico de que dispõe a licitante para atender a presente licitação;

c) Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração de plano de mídia;

d) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante nos últimos 03 (três) anos, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

e) É facultada a qualquer membro da Comissão ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

f) Não serão aceitos, anexos especiais tais como portfólios impressos ou eletrônicos descrevendo atividades além das formas solicitadas.

### 2.1.2 Repertório e Relatos de Soluções (em textos e/ou fotos, layouts e mídias CD/DVD/Pen Drive)

I. Apresentação de 3 (três) campanhas (cases), produzidas e veiculadas pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas (contendo indicação do nome do cliente, título, ficha técnica e a indicação de pelo menos 02 - dois - veículos que a divulgaram, devendo ser entre Jornal ou Revista, Outdoor, TV e Rádio), nas quais se incluirão apresentações do problema, solução e resultados em forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas para cada campanha, devendo ser de clientes distintos;

II. A licitante deverá apresentar necessariamente anexo às peças que integraram a campanha, sendo uma peça para cada um dos meios divulgados (no mínimo, as peças dos dois veículos exigidos I);

a) As peças devem ser colocadas após as duas páginas do texto descritivo do repertório/case; não serão aceitos textos explicativos acompanhando as peças em questão, a não ser as palavras indicando do que se tratam (ex: Jornal ou Revista, Outdoor, TV, Rádio, Internet, Mídia Impressa etc).

b) Não há limite de páginas para as peças que ilustram/compõem o repertório, apenas para o texto descritivo do case.

III. Além dos cases, a licitante deverá apresentar 6 (seis) peças isoladas produzidas para clientes diferentes (sendo uma para cada: Jornal, Revista, Outdoor, TV, Rádio e Internet), devendo ser apresentada uma ficha técnica sucinta, com um texto de no máximo dez linhas do problema que cada peça se propôs a resolver e menção de pelo menos um veículo / espaço que a divulgou /exibiu / expôs (não sendo permitido material de distribuição interna.A divulgação/exibição/exposição deverá sempre ser através de mídia de massa).

IV. Vídeo deverá ser fornecido em forma de CD/DVD ou Pen Drive; spot e/ou jingle em CD/DVD ou Pen Drive; outdoor, anúncio de revista, anúncio de jornal e internet/banner em layouts com textos legíveis;

V. Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

VI. A Comissão Permanente de Licitação poderá solicitar, durante a licitação, aos clientes citados nos cases ou nas peças apresentadas no repertório, confirmação desses trabalhos.

2.1.3 Os profissionais indicados na alínea “a”, Inciso “I” subitem 1.2.3.1 Capacidade de Atendimento, deverão estar à disposição para prestação de serviços, caso a licitante seja classificada.

2.1.4 E facultado à Câmara Municipal produzir e veicular, com ou sem modificações, as campanhas publicitárias da proposta vencedora.

Aquidauana-MS, 13 de setembro de 2021.

\_\_\_\_\_  
Ana Maria de Souza

\_\_\_\_\_  
Dufles Pinto de Souza

\_\_\_\_\_  
Priscila Nogueira da Silva Ferreira

Aprovado por: \_\_\_\_\_  
Wezer Alves Rodrigues – Presidente da Câmara Municipal

**ANEXO IV**

***CONTRATAÇÕES DE OUTROS ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA PARA  
PARÂMETRO***





PROCESSO LICITATÓRIO N. 011/2018

TOMADA DE PREÇOS N. 001/2018

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

CMSGO/MS  
Fls. 0535  
Rub. [assinatura]

CONTRATO N. 011/2018

Contrato que entre si celebram a Câmara de São Gabriel do Oeste, e a empresa **Ramal Propaganda Ltda.**

A Câmara Municipal de São Gabriel do Oeste, Estado de Mato Grosso do Sul, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ/MF sob o n. 33.730.490/0001-30, com sede na Avenida Juscelino Kubitschek 958, centro, nesta cidade, neste ato representada pelo Presidente da Câmara, Valdecir Malacarne, brasileiro, casado, portador da CI-RG n. 372974 (SSP/MS), inscrito no CPF sob o n. 404.533.751-20, residente na Avenida Castelo Branco, n. 1669, Primo Maffissoni, neste Município, doravante simplesmente denominado CONTRATANTE, e a empresa Ramal Propaganda Ltda, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob n. 02.033.066/0001-03, com sede à Rua Sete de Setembro, nº 2187, Bairro Jardim dos Estados, na cidade de Campo Grande, Estado de Mato Grosso do Sul, neste ato representada pelo sócio, Sr. Fabio Luis Vinha Mari, brasileiro, casado, publicitário, portador do RG n. 183664498 SSP/SP e do CPF n. 663.672.471-49, residente e domiciliado, na Rua Piratininga, nº 1245, Apto. 501, Bairro Santa Fé, na cidade de Campo Grande, Estado de Mato Grosso do Sul – MS, doravante denominada CONTRATADA.

I – DA AUTORIZAÇÃO E DA LICITAÇÃO: O presente contrato é celebrado em decorrência da autorização do Sr. Presidente da Câmara Municipal, exarada em despacho constante do Processo Licitatório n. 11/2018, Tomada de Preços a n. 001/2018, que faz parte integrante e complementar deste Contrato, como se nele estivesse contido.

II - FUNDAMENTO LEGAL: O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei n. 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis n. 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93, Decreto n. 9412/18. Aplicam-se

Contrato Administrativo n. 011/2018

[assinatura]



também a este contrato as disposições do Decreto n. 57.690, de 01.02.66, e demais disposições legais e éticas cabíveis.

CMSGO/MS  
Fis. 0536  
21/6

### CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1 O Objeto do presente instrumento é a contratação de Agência de Propaganda para executar um conjunto de atividades realizadas integralmente 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 divulgação de ações e campanhas institucionais e de interesse da comunidade, difundir idéias ou informar o público em geral.

1.1.1. Como atividades complementares, incluem-se os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; 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.

1.2 A contratada atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei n. 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos de comunicação e divulgação e demais meios de comunicação e divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.3 A contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços.

1.4 A contratada atuará de acordo com solicitação do CONTRATANTE.

### CLÁUSULA SEGUNDA – DO VALOR DO CONTRATO, DO PREÇO E FORMA DE PAGAMENTO

2.1 Pela prestação dos serviços autorizados, a Contratante pagará à Contratada até o valor estimado global de **R\$ 480.000,00** (quatrocentos e oitenta mil reais), correspondentes aos serviços previstos na cláusula primeira.

ms  
2  
FB



deste contrato, aí incluídos divulgações e quaisquer custos internos ou externos que tenham, inclusive descontos, honorários e outros.

CMSGO/MS  
Fls. 0537  
Rub. JK

2.2 A Câmara de São Gabriel do Oeste – MS reserva-se o direito de, a seu exclusivo juízo, utilizar ou não a totalidade da verba prevista para a execução dos serviços de publicidade e sua decisão não gerará à Contratada a garantia ou o direito de requerer indenização por quaisquer perdas e danos.

2.3 A contratada deverá apresentar à Assessoria de Imprensa da Câmara a tabela de preços dos veículos de comunicação (onde se pretende que ocorra a veiculação).

2.3.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto neste edital exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

2.4 Todo e qualquer serviço autorizado será pago no prazo máximo de **dez dias**, contados da apresentação da nota fiscal da Contratada acompanhada dos comprovantes de veiculação, cópias das notas fiscais ou faturas/duplicatas emitidas pelos veículos e fornecedores.

2.5 Pelos serviços prestados, a contratada será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula.

2.5.1. **50%** (cinquenta por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (MS), a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela contratada, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965, de que trata o item 3.1.

2.5.2. Honorários de **5%** (cinco por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da contratada, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

2.5.3. Honorários de **20%** (vinte por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da contratada, referentes

3



à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

CMSGO/MS  
Fls. 0538  
Rub. JK

2.5.4. Honorários de **10%** (dez por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da contratada, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à contratada o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965, de que trata o item 3.1.

2.5.4.1. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela contratada.

2.5.4.2. A contratada se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul e com os preços correspondentes a serem cobrados do contratante, conforme previsto no subitem 2.5.4, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

2.6 Os honorários de que tratam os subitens 2.5.2 a 2.5.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da contratada.

2.7 A contratada não fará jus a:

a) honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965;

b) nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo contratante, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de comunicação e de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

2.8 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

JK



valor líquido e sem cobrança de honorários pela contratada, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo contratante.

CMSGO/MS  
FB 0539  
Rub. JK

2.9 Os serviços de mídia como planejamento, distribuição aos veículos de comunicação e check in serão remunerados à Contratada mediante o "desconto padrão", de acordo com o parágrafo único do Art. 11 da Lei n. 4.680/65 e Norma-Padrão da Atividade Publicitária editada pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão - concedido pelos veículos de comunicação e calculado sobre o preço de tabela, se não tiver ocorrido negociação de preço.

2.10 O reajuste dos preços praticados no presente contrato far-se-á anualmente, de acordo com a variação verificada na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul (SINAPRO) ou em valores de mercado devidamente comprovados, não podendo, qualquer hipótese ultrapassar o percentual do índice do IGPM/FGV ou outro índice oficial que venha a substituí-lo.

### CLÁUSULA TERCEIRA - DESCONTO DE AGÊNCIA

3.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Segunda, a contratada fará jus a honorários equivalentes ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/1965 e com o art. 11, §2º do Regulamento para Execução da Lei n. 4.680, aprovado pelo Decreto n. 57.690/1966.

3.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à contratada pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do contratante, nos termos do art. 19 da Lei n. 12.232/2010.

### CLAUSULA QUARTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

4.1 Os recursos financeiros, destinados ao pagamento dos serviços objeto deste contrato, são originários do orçamento da Câmara Municipal, conforme a seguir descrito:

01.01.01	Poder Legislativo
01.031.0010	Ação Legislativa
2.001	Manutenções das Atividades da Câmara Municipal

huz

5



3.3.90.39.00

Outros serviços de Terceiros Pessoa Jurídica

CMSGO/MS

Fls 0540

Rub.

#### CLÁUSULA QUINTA – DA VIGÊNCIA CONTRATUAL

5.1 O presente contrato terá vigência pelo período de 12 (doze) meses a contar da sua assinatura.

5.2 O presente Contrato poderá ser prorrogado mediante termo aditivo, na forma prevista no art. 57, inciso II, da Lei n. 8.666/93, e posteriores alterações, a critério da Câmara Municipal, por até igual período.

5.3 No intento de prorrogar a vigência contratual, as partes previamente ao encerramento do prazo vigente, submeterão o instrumento contratual à apreciação e aprovação da autoridade superior da Administração, bem assim ao responsável pela contratada, conforme exposições delineadas pelo gestor do contrato, que deverá observar a execução e condições nas respectivas cláusulas.

5.4 Eventual prorrogação de prazo de vigência será formalizada por meio de Termo Aditivo ao contrato, respeitadas as condições estabelecidas na Lei n. 8.666/93.

5.5 Os serviços deverão ser executados de acordo com as determinações constantes no Edital e seus anexos.

5.6 Relativamente ao disposto no presente tópico aplicam-se, subsidiariamente, no que couber, as disposições da Lei n. 8.078 de 11/09/90 – Código de Defesa do Consumidor.

#### CLÁUSULA SEXTA – DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1 A Contratada executará os serviços objeto deste contrato por conta e ordem da Contratante, observados os prazos estabelecidos na autorização ou ordem de execução dos serviços.

6.2 A Contratante realizará a supervisão e orientação da execução dos serviços por intermédio da Assessoria de Comunicação da Câmara Municipal, que poderá estabelecer fluxo de trabalho que melhor atenda às necessidades da Câmara, bem como diligenciará para que as produções e veiculações de matérias, imagens, entrevistas não descumpram normas constitucionais e



legais, notadamente ao controle da impessoalidade, não promoção pessoal de agentes políticos, servidores públicos e da moralidade administrativa.

CMSGO/MS

Fls. 0541

Rub. JK

6.3 A Assessoria de Comunicação diligenciará junto à contratada para que os serviços a serem executados, notadamente àqueles que signifiquem a exposição na imprensa de imagens, entrevistas e matérias de pessoas e dos trabalhos desempenhados pelo Poder Legislativo, o sejam realizados sob o caráter precípua de prestação de contas, informação institucional, cultural e educativa e da impessoalidade e não promoção pessoal.

6.4 Todas e qualquer execução de serviços por parte da contratada somente poderá ocorrer após prévia e expressa aprovação da assessoria de comunicação da Câmara Municipal de São Gabriel do Oeste-MS.

6.5 A contratada se compromete a realizar os serviços ora indicados observando normas de procedimento interno existente na Câmara Municipal ou normas a serem editadas, relativas à regulamentação dos serviços e atos a serem executados para o cumprimento do Contrato.

6.6 No tocante à veiculação, a contratada fica obrigada a apresentar, sem ônus para o contratante, os seguintes comprovantes dos trabalhos:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente;

6.6.1. Nos casos em que restar demonstrada a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a contratada deverá apresentar:

I) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

ms

7



I.1) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a contratada poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

CMSGO/MS  
Rfs 0542  
Rub. [assinatura]

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a contratada poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

## II - Mídia Exterior:

II.1) Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3) Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e [assinatura]

[assinatura]





CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

6.7 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos itens supracitados serão estabelecidas formalmente pelo contratante, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

### CLÁUSULA SÉTIMA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

#### 7.1 São obrigações da **Contratante**:

a) Providenciar os pagamentos à Contratada nos prazos e na forma estabelecidos no presente contrato;

b) Notificar a Contratada, imediatamente, sobre as falhas e defeitos observados na execução do Contrato;

c) Proceder a mais ampla fiscalização sobre a fiel execução dos serviços contratados, sem prejuízo da responsabilidade da Contratada;

d) Avaliar a qualidade e os procedimentos para execução dos serviços, emitindo o termo de aceite dos serviços contratados, podendo rejeitá-los no todo ou em parte, através de documento formal, fazendo constar o motivo e a fundamentação;

e) Fiscalizar os serviços contratados, podendo solicitar a substituição de qualquer funcionário ou empregado vinculado à Contratada, que apresente comportamento incompatível com os serviços que constituem o objeto deste instrumento;

f) Fornecer informações, dados e elementos necessários à Contratada, das especificações e características dos serviços contratados.

g) Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela contratada.

h) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

#### 7.2 São Obrigações da **Contratada**:

CMSGO/MS  
Fls. 0543  
Rub. [assinatura]

[assinatura]

[assinatura]



a) Executar fielmente o objeto contratado conforme as especificações estipuladas no Processo Licitatório n. 011/2018, Concorrência n. 001/2018;

CMSGO/MS  
Fls. 0544

b) Aceitar a ampliação do objeto contratado nos limites estabelecidos nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei n. 8.666/93, bem como aceitar as reduções de acordo com as conveniência e oportunidade da administração em relação ao valor total estimado para contratação, sem direito à eventual indenização;

Rub.

c) Responder pelos danos causados diretamente à Contratante ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do Contrato;

d) Executar os serviços através de pessoas idôneas e tecnicamente capacitadas, assumindo total responsabilidade por quaisquer danos ou faltas que as mesmas venham cometer no desempenho de suas funções;

e) Comprovar a qualquer momento, os pagamentos dos tributos que incidem sobre a execução dos serviços prestados;

f) Submeter à apreciação e aprovação prévia da Contratante, qualquer serviço que envolva remuneração, seja a terceiros, seja à própria agência;

g) Submeter o texto, forma final e veiculação de qualquer matéria, serviço, anúncio ou peça de comunicação, previamente à sua impressão, realização, confecção ou divulgação, à aprovação da Contratante;

h) Cumprir, e fazer cumprir os prazos fixados nos orçamentos e/ou autorizações;

i) Arcar com todos os encargos civis, sociais, fiscais, previdenciários e trabalhistas que venham a decorrer da prestação dos serviços, inclusive quanto a eventual criação de novos encargos;

j) Manter as mesmas condições de habilitação apresentadas no certame durante toda a execução do contrato.

k) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas, observado o disposto no art. 15, parágrafo único, da Lei n. 12.232/10.

l) Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, 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 do contratante.

m) Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores.

n) Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pelo contratante, aptos a fornecer à contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato.

n) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados junto ao contratante que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

o) Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações.

p) A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação.

q) Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

r) Entregar ao contratante, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

s) Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o contratante e a contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

CMSGO/MS

Fls. 0545

Rub.



t) Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do contratante, sem sua prévia e expressa autorização.

u) Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

v) Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços por ela prestados, a contratada adotará as providências necessárias no sentido de preservar o contratante e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao contratante as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

x) Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de imagem ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

**7.3** A contratante em cumprimento ao disposto no artigo 16 da lei n. 12.232/10, divulgará as informações sobre a execução deste contrato com os nomes dos fornecedores e veículos em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantindo o livre acesso as informações por quaisquer interessados.

**7.4** A contratante providenciará a publicação do extrato desde contrato e seus eventuais aditivos no diário oficial das publicações do município (ASSOMASUL), as suas expensas.

### **CLÁUSULA OITAVA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

**8.1** O 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 desejado ou especificado.

**8.1.1.** Será nomeado um Gestor, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e

CMSGO/MS  
Fls. 0546  
Rub. JK



terá poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

**8.2** A fiscalização pelo contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da contratada pela perfeita execução dos serviços.

**8.3** A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do contratante.

**8.4** A contratada adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o contratante.

**8.5** A aprovação dos serviços executados pela contratada ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

**8.6** A ausência de comunicação por parte do contratante, referente a irregularidade ou falhas, não exime a contratada das responsabilidades determinadas neste contrato.

**8.7** A contratada permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização, restritas ao presente contrato.

**8.8** Ao contratante é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela contratada.

#### **CLÁUSULA NONA – DOS ACRÉSCIMOS E SUPRESSÕES**

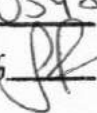
**9.1** No interesse do Poder Legislativo de São Gabriel do Oeste-MS, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no Art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei n. 8.666/1993.

**9.2** A CONTRATANTE reserva-se o direito de, a seu exclusivo juízo, utilizar ou não a totalidade da verba prevista para a execução dos serviços de publicidade e sua decisão não gerará à Contratada a garantia ou o direito de requerer indenização por quaisquer perdas e danos.



CMSGO/MS

Fis 0548

Rub. 

## CLÁUSULA DÉCIMA – DA PROPRIEDADE E DOS DIREITOS AUTORAIS

10.1 O material e as ideias utilizadas nos serviços de publicidade e propaganda, nas campanhas institucionais e demais serviços, bem como os direitos autorais resultantes desse trabalho passarão a pertencer exclusivamente à Contratante, independentemente de qualquer remuneração adicional ou especial, valendo a presente cláusula como cessão definitiva desses direitos, vedada a sua imitação ou reprodução pela Contratada, salvo mediante prévia autorização, ressalvados os direitos de terceiros e direitos autorais conexos.

## CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS PENALIDADES ADMINISTRATIVAS

11.1 Pela inexecução total ou parcial do presente contrato, a Contratante poderá, garantida a prévia defesa, aplicar as seguintes penalidades a Contratada:

11.1.1 – Advertência;

11.1.2 – No caso de infração continuada (que se repete a cada dia), multa administrativa de 1% (um por cento) do valor do contrato por cada dia de descumprimento de obrigação assumida no contrato, até o limite de 20% (vinte por cento);

11.1.3 – Multa Administrativa de até 10% (dez por cento) do valor do contrato, pela infração de qualquer cláusula do Contrato;

11.1.4 – Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Contratante, por prazo não superior a 02 (dois) anos;

11.1.5 – Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública 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 o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes após decorridos o prazo da sanção aplicada;

11.2 Se for o caso, a Contratada deverá recolher o valor da multa que eventualmente lhe tenha sido imposta, dentro de 05 (cinco) dias úteis a contar



da data da notificação, com acréscimo de juros moratórios de 1,0% (um por cento) ao mês;

**11.3** As penalidades previstas nesta Cláusula poderão ser aplicadas cumulativamente e não terão caráter compensatório. O seu pagamento não eximirá a Contratada de responsabilidade por perdas e danos decorrentes das infrações cometidas;

**11.4** 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 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, podendo tal prazo ser prorrogado por igual período.

**11.5** Aplicam-se ao presente contrato as disposições contidas nos artigos 86 a 88 da Lei n. 8.666/93.

## CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA- DA RESCISÃO

**12.1** A contratante poderá rescindir administrativamente o presente Contrato nas hipóteses previstas no art. 77, art. 78, I a XII e XVII, da Lei n. 8.666/93, sem que caiba à contratada o direito a qualquer indenização, ressalvados os casos especificados no art. 79, da Lei n. 8.666/93, sem prejuízo das penalidades pertinentes, assegurados nos autos do processo respectivo, o contraditório e a ampla defesa.

**12.2** Nos casos enumerados no art. 78, I a XII e XVII, da Lei n. 8.666/93, a rescisão dar-se-á por ato unilateral da contratante, mediante notificação, através de ofício, entregue diretamente ou por via postal, com prova de recebimento.

**12.3** Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a contratada:

a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b) for envolvida em escândalo público e notório;

c) quebrar o sigilo profissional;

CMSGO/MS  
Fls. 0549  
JK



d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

e) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que o contratante, como consequência, venha a sofrer;

f) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida nesta minuta;

g) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

h) não mantiver suas condições de habilitação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei n. 12.232/2010;

i) deixar de atender ao disposto nas cláusulas deste contrato e no Edital.

**12.4** Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo contratante e comprovadamente realizadas pela contratada, previstas no presente contrato.

**12.5** Em caso de alteração social ou em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial da contratada, o contratante se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato.

**12.6** Em qualquer das hipóteses previstas no item 12.5, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada ao contratante, anexando-se o documento comprobatório.

**12.7** A não apresentação do comprovante em até 5 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social ou outras tratadas no item 12.5, poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e na legislação vigente.

### CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DISPOSIÇÕES GERAIS

CMSGO/MS  
Fls. 0550  
Rub.





**13.1** A contratada guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

CMSGO/MS  
FR 0551  
Rub

**13.2** O contratante providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos na imprensa oficial, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei n. 8.666/1993.

**13.3** Constituem direitos e prerrogativas do contratante, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei n. 8.666/1993, que a contratada aceita e a eles se submete.

**13.4** São assegurados ao contratante todos os direitos e faculdades previstos na Lei n. 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

**13.5** A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

**13.6** As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de comunicação e de divulgação, serão divulgadas pelo contratante.

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

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA ANTICORRUPÇÃO**

**14.1** Na execução do presente Contrato é vedado à Câmara Municipal e à Contratada e/ou a empregado seu, e/ou a preposto seu, e/ou a gestor seu:

14.1.1. Prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público ou a quem quer que seja, ou a terceira pessoa a ele relacionada;

14.1.2. Criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para celebrar o presente Contrato;

14.1.3. Obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações do presente Contrato, sem autorização em lei,



no ato convocatório da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais;

14.1.4. Manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro do presente Contrato; ou

14.1.5. De qualquer maneira fraudar o presente Contrato; assim como realizar quaisquer ações ou omissões que constituam prática ilegal ou de corrupção, nos termos da Lei n. 12.846/2013 (conforme alterada), do Decreto n. 8.420/2015 (conforme alterado), do U.S. Foreign Corrupt Practices Act de 1977 (conforme alterado) ou de quaisquer outras leis ou regulamentos aplicáveis ("Leis Anticorrupção"), ainda que não relacionadas com o presente Contrato.

### CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DO FORO

15.1 Fica eleito o foro da Comarca de São Gabriel do Oeste – MS para dirimir quaisquer dúvidas oriundas deste Contrato ou de sua interpretação, com renúncia expressa a qualquer outro, por privilegiado que possa ser.

E, por estarem assim, justas e contratadas, firmam o presente contrato em 02 (duas) vias de igual teor e forma, para um mesmo efeito legal, juntamente com as testemunhas.

São Gabriel do Oeste – MS, 03 de outubro de 2018.

VALDECIR MALACARNE  
Contratante

FABIO LUIS VINHA MARI  
Ramal Propaganda Ltda  
Contratada

#### TESTEMUNHAS:

1. NOME: Renata P.A. Ribeiro

RG: 1186875 SSP/MS

[Assinatura]  
Assinatura

2. NOME: JUCILEY PEREIRA MACHADO

RG: 832711 SSP/MS

[Assinatura]  
Assinatura

CM/SGO/MS

Fls. 0552

Rub. [Assinatura]



**TERMO ADITIVO AO CONTRATO N. 011/2018**

SEGUNDO TERMO ADITIVO AO CONTRATO N. 011/2018, QUE ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO GABRIEL DO OESTE- E A EMPRESA RAMAL PROPAGANDA LTDA.

Pelo presente instrumento particular de ADITIVO ao CONTRATO n. 004/2017 celebrado entre a **CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO GABRIEL DO OESTE**, Estado de Mato Grosso do Sul, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ/MF sob o n. 33.730.490/0001-30, com sede na Avenida Juscelino Kubitschek, n. 958, centro, município de São Gabriel do Oeste-MS, neste ato representada pelo Presidente da Câmara, **VALDECIR MALACARNE**, brasileiro, casado, portador da CI-RG n. 372974(SSP/MS), inscrito no CPF sob o n. 404.533.751-20, residente na Avenida Castelo Branco, n.1669, Bairro Primo Maffissoni, neste Município, doravante simplesmente denominado **CONTRATANTE**, e a empresa **RAMAL PROPAGANDA LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ n. 02.033.066/0001-03, com sede na Rua Sete de Setembro, n. 2187, Bairro Jardim dos Estados, no Município de Campo Grande-MS, CEP 79.020-310, Telefone 67-3026-4032, neste ato representada pelo sócio, Sr. **FABIO DAVID GAZAL**, brasileiro, casado, empresário, portador da cédula de identidade n. 856.453 SSP/MS e do CPF n. 774.982.081-72, residente e domiciliado na Rua José Antonio, 1226, Apt. 1302, Bairro Centro, na cidade de Campo Grande-MS, doravante denominada **CONTRATADA**, considerando decisão exarada no Processo Licitatório n. 011/2018 – Tomada de Preços n. 001/2018, e em conformidade com as disposições estabelecidas na Lei n. 8.666/93 e suas respectivas alterações e no contrato celebrado, têm as partes avençadas as seguintes cláusulas e condições:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DA VIGÊNCIA**

Fica prorrogada a vigência do Contrato n. 011/2018, prevista no Item 5.1 da Cláusula Quinta do referido contrato, por mais **12(doze) meses**, ou seja, de 03 de outubro de 2020 a 03 de outubro de 2021.

**CLÁUSULA SEGUNDA – DA INALTERABILIDADE DAS DEMAIS CONDIÇÕES**

As demais cláusulas constantes no Contrato n. 011/2018 permanecerão inalteradas.



**CÂMARA MUNICIPAL**  
**SÃO GABRIEL DO OESTE**

Compromisso com o Cidadão

ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

### CLÁUSULA QUINTA – DA PUBLICAÇÃO

O presente instrumento será publicado pela CONTRATANTE.

E, por estarem assim, justos e contratados, firmam o presente instrumento de aditivo contratual em duas vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas abaixo assinadas.

São Gabriel do Oeste – MS, 02 de outubro de 2020.

**CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO GABRIEL DO OESTE – MS**  
**CONTRATANTE**

  
**RAMAL PROPAGANDA LTDA**  
**CONTRATADA**

Testemunhas:

Assinatura: 

Nome: Patrícia Patrícia Aguiar Ribeiro

CPF: 942.418.991-53

Assinatura: Amo Claudio Moreno Costa

Nome: Amo Claudio Moreno Costa

CPF: 021.276.671-22



**CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL**  
**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**

CONTRATO Nº 003/2016.

**“CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL – ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL E A EMPRESA J R A PROPAGANDA E MARKETING LTDA”**

Pela presente **CONTRATAÇÃO PÚBLICA** que entre si fazem de um lado, a **CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL – ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**, Pessoa Jurídica de Direito Público Interno, devidamente inscrita no CNPJ/MF sob o nº 05.443.531/0001-72, com sede administrativa localizada na Rua Dezoito, nº 758, centro, nesta cidade de Chapadão do Sul-MS, neste ato representada pelo seu Presidente, o vereador, **ALIRIO JOSÉ BACCA**, brasileiro, casado, produtor agropecuário, portador da Cédula de Identidade RG nº 1233157/SSP/PR, e do CPF/MF nº 283.303.829-15, residente e domiciliado na Rua Doze, nº 1144, Centro, nesta cidade de Chapadão do Sul-MS, e a empresa, **J R A PROPAGANDA E MARKETING LTDA**, Pessoa Jurídica de Direito Privado, inscrita no CNPJ/MF, sob o nº 03.975.604/0001-41, estabelecida na Rua Utirati, nº 348, Bairro Cruzeiro, na cidade de Campo Grande-MS, neste ato representada pelo seu sócio proprietário, o Senhor, **JOÃO ROBERTO ABUHASSAN FILHO**, brasileiro, casado, publicitário, portador da Cédula de Identidade RG nº 895539-SSP/MS, e do CPF/MF nº 695.266.051-87, residente e domiciliado à Rua Sete de Setembro, nº 1538, Apto 1001, Centro, na cidade de Campo Grande-MS doravante denominada **CONTRATADA**, celebram entre si o presente **CONTRATO**, mediante as cláusulas e condições a seguir:

**I - DA AUTORIZAÇÃO E LICITAÇÃO:** O presente **CONTRATO** é celebrado em decorrência da autorização do Excelentíssimo Vereador Presidente da Câmara Municipal, exarada em despacho constante do **PROCESSO LICITATÓRIO Nº 002/2016, TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2016**, que faz parte integrante e complementar deste Contrato, como se nele estivesse contido.

**III - FUNDAMENTO LEGAL:** O presente **CONTRATO** é regido pelas cláusulas e condições nele contidos, em conformidade ao que determina a Lei Federal nº 8.666/93, de 21/06/93, com alterações posteriores introduzidas pelas Leis nº. 8.883/94 e 9.648/98; pelas Leis nº. 4.680/65 e 12.232/2010, Decreto nº 57.690/66, Decreto nº 24.563, de 31.12.02; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), e pelas disposições do Edital de **TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2016**

**CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO:** O objeto do presente **CONTRATO** é a contratação de agência de publicidade para prestação de serviços nos setores de publicidade, marketing e propaganda para executar um conjunto de atividades realizadas integralmente 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 e veiculação de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a divulgação de serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. Como atividades complementares os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; 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 no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação.

1.1. A **CONTRATADA** atuará por conta e ordem da **CONTRATANTE** em conformidade com o art. 3º da lei nº. 4.680/65 na contratação de:



**CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL**  
**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**

- a) Veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaço publicitários dos trabalhos previstos, bem como fornecedores de serviços especializados ou não para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais, além de serviços conexos e complementares de acordo com o previsto na Cláusula Primeira.

**CLÁUSULA SEGUNDA - DO PREÇO E FORMA DE PAGAMENTO:** Pela prestação dos serviços autorizados, a **CONTRATANTE** pagará à **CONTRATADA** até o valor estimado global de **R\$ 354.900,00 (trezentos cinquenta quatro mil e novecentos reais)**, mediante a apresentação de Nota Fiscal Eletrônica, a serem correspondentes aos serviços previstos na cláusula primeira deste **CONTRATO**, aí incluídos divulgações e quaisquer custos internos ou externos que tenha inclusive descontos, honorários e outros.

2.1. O Preço dos trabalhos internos, como planejamento, criação e execução até a arte-final serão calculados através de descontos de 10% (dez por cento) sobre os itens constantes na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul (Sinapro/MS).

2.2. Os serviços e os suprimentos externos terão os seus preços orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela **CONTRATADA**. A **CONTRATANTE** pagará à **CONTRATADA** "honorários" de 5% (cinco por cento) pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores.

2.3. Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos Veículos serão remunerados à Contratada mediante o "desconto padrão" de 20% — de acordo com o § único, do art. 11, da Lei n° 4.680/6 5 e Norma-Padrão da Atividade Publicitária editada pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão.

2.4. A Nota Fiscal ou Fatura não poderá conter emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas e deverá constar o número da licitação e do **CONTRATO** firmado com a **CONTRATADA**.

2.4.1. É vedada expressamente a realização de cobrança de forma diversa da estipulada neste **CONTRATO**, em especial a cobrança bancária, mediante boleto ou mesmo o protesto de título, sob pena de aplicação das sanções previstas neste **CONTRATO** e indenização pelos danos decorrentes.

2.5. A **CONTRATANTE** poderá deduzir do montante a pagar os valores correspondentes a multas ou indenizações devidas pela **CONTRATADA**, nos termos deste **CONTRATO**;

2.6. Nenhum pagamento será efetuado à **CONTRATADA** enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira ou previdenciária, sem que isso gere direito ao reajustamento de preços, atualização monetária, ou aplicação de penalidade a **CONTRATANTE**.

2.7. Quando da ocorrência de eventuais atrasos de pagamento provocados exclusivamente pela **CONTRATANTE**, o valor devido deverá ser acrescido de compensação 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 a aplicação das seguintes fórmulas:

$$I = (TX/100) / 365$$

EM = I x N x VP, onde:

I =, Índice de compensação financeira;  
 TX = Percentual da taxa de juros de mora anual;  
 EM = Encargos moratórios;



**CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL**  
**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;  
VP = Valor da parcela em atraso.

- 2.8. A **CONTRATANTE** reserva-se o direito de, a seu exclusivo juízo, utilizar ou não a totalidade da verba prevista para a execução dos serviços de publicidade e sua decisão não gerará à **CONTRATADA** a garantia ou o direito de requerer indenização por quaisquer perdas e danos.
- 2.9. A **CONTRATADA** deverá apresentar 03 (três) orçamentos de fornecedores (quando se tratar do disposto do art. 14 da Lei 12.232/10).
- 2.10. A **CONTRATADA** deverá exigir da empresa eventualmente subcontratada a documentação relativa à regularidade fiscal (CND – INSS e FGTS) e trabalhista prevista na Lei nº 8.666/93;
- 2.11. Todo e qualquer serviço autorizado será pago no prazo máximo de até quinze (15) dias, contados da respectiva veiculação, mediante a apresentação da nota fiscal da **CONTRATADA** e dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das notas fiscais ou faturas/duplicatas, emitidas pelos veículos e fornecedores.

**CLÁUSULA TERCEIRA – DOS DOCUMENTOS DE COBRANÇA:** Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados a **CONTRATANTE**, para o endereço: Rua Dezoito, nº 758, Centro, na cidade de Chapadão do Sul-MS, com antecedência mínima de 2 (dois) dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao **CONTRATO nº 000/2016** e a manifestação de aceitação.

3.1. Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da **CONTRATADA** ou de seus fornecedores.

3.2. No tocante à veiculação ou exibição, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, sem ônus para a **CONTRATANTE**, os seguintes comprovantes:

3.2.1. Mídia impressa: exemplares originais dos títulos.

3.2.2. Mídia eletrônica: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

3.2.2.1. Quando não for possível a apresentação do relatório de checagem de veiculação previsto no subitem precedente, a **CONTRATADA** deverá demonstrar a impossibilidade de fazê-lo, para que a **CONTRATANTE** pondere e decida.

3.2.2.2. Nos casos em que a **CONTRATANTE** decidir pela pertinência da demonstração de impossibilidade de apresentação do relatório, a **CONTRATADA** estará obrigada a apresentar declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação e ou exibição, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação e ou exibição.



000247

## CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

a) Como alternativa à declaração prevista no subitem precedente, a **CONTRATADA** pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo ou exibidor (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo ou exibidor também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista no subitem 3.2.2.2 em conjunto, contenham as informações previstas no subitem 3.2.2.2.

b) Como alternativa ao procedimento previsto no subitem precedente, a **CONTRATADA** pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo ou exibidor (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no subitem 3.2.2.2, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no subitem 3.2.2.2."

3.3 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados, serão efetuados, pela **CONTRATADA**, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela **CONTRATANTE**.

3.3.1 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

**CLÁUSULA QUARTA - DOS RECURSOS FINANCEIROS:** Os recursos financeiros, destinados ao pagamento dos serviços objeto deste **CONTRATO**, são originários do orçamento da **CONTRATANTE**, conforme a seguir descrito:

01	CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL
01.10.1	CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL
01.101	CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL
01.031.0001-2.002	MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DA CÂMARA MUNICIPAL
3.3.90.39	Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

4.1. E dotações que vierem a ser substituídas no Exercício seguinte.

**CLÁUSULA QUINTA - DO PRAZO:** O período de vigência deste **CONTRATO** será até 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado mediante termo aditivo, na forma prevista no art. 57, inciso II, da Lei 8.666/93, alterada pela Lei 8.648/98, a critério da **CONTRATANTE**.

5.1. Os serviços contratados poderão sofrer acréscimos de até 25% (vinte e cinco por cento) ou supressões em relação ao seu valor original atualizado referente à alteração na quantidade de serviços contratados estimados na cláusula segunda deste **CONTRATO**, nos expressos termos do § 1º do Art. 65 da Lei 8.666/93.

**CLÁUSULA SEXTA - DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS:** A **CONTRATADA** executará os serviços previstos neste **CONTRATO** e fará sob a supervisão e orientação da Assessoria de Comunicação da **CONTRATANTE** que poderá estabelecer fluxo de trabalho que melhor atenda as necessidades da **CONTRATANTE**, bem como diligenciará para que as produções e veiculações de matérias, imagens, entrevistas não descumpram normas constitucionais e legais, notadamente ao controle da impessoalidade, não promoção pessoal de agentes políticos, servidores públicos e da moralidade administrativa.





000248

## CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

6.1. A Assessoria de Comunicação diligenciará junto à **CONTRATADA** para que os serviços a serem executados, notadamente àqueles que signifiquem a exposição na imprensa de imagens, entrevistas e matérias de pessoas e dos trabalhos desempenhados na Casa, sejam realizados sob o caráter precípua de prestação de contas, informação institucional, cultural e educativa e da impessoalidade e não promoção pessoal.

6.2. Toda e qualquer execução de serviços por parte da **CONTRATADA** somente poderá ocorrer após prévia e expressa aprovação da **CONTRATANTE**.

**CLÁUSULA SÉTIMA – DA FISCALIZAÇÃO E DA ACEITAÇÃO:** 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 desejado ou especificado.

7.1 A fiscalização dos serviços será exercida por gestor designado pela **CONTRATANTE**, nos termos do art. 67 da Lei nº 8.666, de 1993, o qual terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste **CONTRATO**.

7.1.1 Além das atribuições previstas neste **CONTRATO** e na legislação aplicável, caberá ao Gestor do **CONTRATO** verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da contratação e aos honorários devidos à **CONTRATADA**.

7.2 A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços.

7.3 A **CONTRATADA** somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da **CONTRATANTE**.

7.4 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da **CONTRATANTE**.

7.5 A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, a suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

7.6 A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.7 A ausência de comunicação por parte da **CONTRATANTE**, referente à irregularidade ou falhas, não exime a **CONTRATADA** das responsabilidades determinadas neste **CONTRATO**.

7.8 A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste **CONTRATO**, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.9 A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/o u auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados a **CONTRATANTE**.

7.10 A **CONTRATANTE** é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste **CONTRATO**, juntamente com representante credenciado pela **CONTRATADA**.



**CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL**  
**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**

**CLÁUSULA OITAVA – DAS RESPONSABILIDADES DA CONTRATANTE:** Constituem responsabilidades da **CONTRATANTE**, além das demais previstas neste **CONTRATO** ou dele decorrentes:

- 8.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;
- 8.2 Fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- 8.3 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- 8.4 Notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- 8.5 Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

**CLÁUSULA NONA – DAS RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA:** Constituem responsabilidades da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste **CONTRATO** ou dele decorrentes:

- 9.1 Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 9.2 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**, observada à restrição prevista no item 1.1.1 deste **CONTRATO**.
- 9.3 Evitar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e transferir à **CONTRATANTE** as vantagens obtidas.
  - 9.3.1 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.
- 9.4 Negociar sempre as melhores condições de preço, 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**.
- 9.5 Para o fornecimento de bens ou serviços especializados, a **CONTRATADA** deverá observar os artigos 14 e 15 da Lei 12.232 de 29 de abril de 2010, em todos os seus incisos:
- 9.6 Obter a aprovação prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este **CONTRATO**.
- 9.7 Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.
  - 9.7.1 A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a **CONTRATADA** ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à **CONTRATANTE** esse vínculo e obter sua aprovação.



000250

**CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL**  
**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**

- 9.8 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pela **CONTRATANTE**.
- 9.8.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela **CONTRATANTE**.
- 9.9 Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês.
- 9.10 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste **CONTRATO**, que envolva o nome da **CONTRATANTE**, mediante sua prévia e expressa autorização.
- 9.11 Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.
- 9.12 Não caucionar ou utilizar o presente **CONTRATO** como garantia para qualquer operação financeira.
- 9.13 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
- 9.14 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de fornecedores contratados.
- 9.15 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 9.16 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 9.17 Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 9.18 Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante fornecedores e a própria **CONTRATANTE**.
- 9.19 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **CONTRATANTE**.
- 9.20 Responder perante a **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste **CONTRATO**.
- 9.21 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**.
- 9.22 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente **CONTRATO**.



## CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

9.22.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à **CONTRATANTE** as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

9.23 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste **CONTRATO**.

9.24 Manter, durante a execução deste **CONTRATO**, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

**CLÁUSULA DÉCIMA - DAS OBRIGAÇÕES:** Obriga-se a **CONTRATADA** a executar fielmente este **CONTRATO**, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas legais aplicáveis, respondendo pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

10.1. Obriga-se a **CONTRATADA** a manter durante todo o período de vigência deste **CONTRATO**, as condições contidas na Proposta e as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

10.2. A **CONTRATANTE** em cumprimento ao disposto no art. 16, da Lei nº. 12.232/10 divulgará as informações sobre a execução deste **CONTRATO** em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantindo o livre acesso as informações por quaisquer interessados;

10.3. A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais aditivos, no Diário Oficial do Município, às suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único da Lei nº. 8.666/93.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DOS DIREITOS AUTORAIS:** A **CONTRATADA** cede a **CONTRATANTE**, os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados em decorrência deste Contrato.

11.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na cláusula Oitava deste **CONTRATO**.

11.2 A **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de fornecedores, durante a vigência deste **CONTRATO**, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

11.3 A critério da **CONTRATANTE**, as peças criadas pela **CONTRATADA** poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou a **CONTRATANTE** qualquer ônus perante a **CONTRATADA**.

11.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenha contrato, quando couber, realizar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.



000252

## CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

11.4 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**.

11.5 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

11.6 A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos.

11.7 A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

11.7.1 Que a **CONTRATANTE** poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5(cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em DVD.

11.7.2 A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material a **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de fornecedores, durante a vigência deste **CONTRATO**, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

11.8 A **CONTRATANTE** poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Legislativo. Nesses casos, quando couber, a **CONTRATADA** ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente a **CONTRATANTE**.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS PENALIDADES:** O atraso na execução do objeto contratual, ou a inexecução dos serviços, sem uma justificativa plausível aceita pela **CONTRATANTE**, sujeitará a **CONTRATADA** ao pagamento da multa diária, no valor equivalente a 0,5% (zero vírgula cinco por cento), sobre o valor do item adjudicado, por dia de atraso nos serviços, a partir do primeiro dia útil da data fixada para a entrega dos serviços, limitada a 10% (dez por cento) do valor do mesmo, até cinco dias do recebimento da notificação da aplicação da penalidade, ou a ser descontado de futuras obrigações da Contratante, independentemente da aplicação das demais penalidades previstas na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações posteriores.

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA RESCISÃO:** Este **CONTRATO** poderá ser rescindido pela ocorrência de quaisquer dos casos enumerados nos incisos I a XVIII do Art. 78, e na forma do disposto no art. 79, ambos da Lei nº 8.666 de 21 de junho de 1993 e suas alterações posteriores.



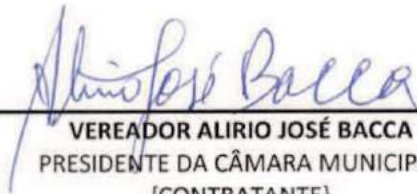
000253

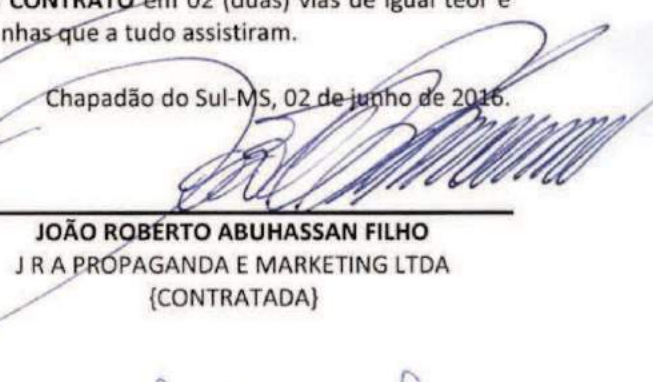
**CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL**  
**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**

**CLÁUSULA QUARTA - DO FORO:** Fica eleito o Foro da Comarca de Chapadão do Sul - MS para dirimir quaisquer dúvidas oriundas deste **CONTRATO** ou de sua interpretação, com renúncia expressa a qualquer outro, por privilegiado que possa ser.

E, por estarem, assim, justas e contratadas, firmam o presente **CONTRATO** em 02 (duas) vias de igual teor e forma, para um mesmo efeito legal, juntamente com as testemunhas que a tudo assistiram.

Chapadão do Sul-MS, 02 de junho de 2016.

  
VEREADOR ALIRIO JOSÉ BACCA  
PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL  
{CONTRATANTE}

  
JOÃO ROBERTO ABUHASSAN FILHO  
J R A PROPAGANDA E MARKETING LTDA  
{CONTRATADA}

TESTEMUNHAS:

  
CLARICE PREIS FLORES  
CPF/MF: 368.371.641-04

  
ANDREIA CRISTIANE DE LIMA  
CPF/MF: 845.319.911-68



0000978

**CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL**  
**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**

TERMO ADITIVO Nº 003/2020.

“3º (TERCEIRO) TERMO ADITIVO AO CONTRATO Nº 002/2018,  
QUE ENTRE SI CELEBRAM, A CÂMARA MUNICIPAL DE  
CHAPADÃO DO SUL, ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL E A  
EMPRESA, J.R.A. PROPAGANDA E MARKETING LTDA”.

Aos seis dias do mês de novembro de dois mil e vinte (06/11/2020), de um lado, a **CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL, ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**, Pessoa Jurídica de Direito Público Interno, devidamente inscrita no CNPJ/MF sob o nº 05.443.531/0001-72, com sede administrativa localizada na Rua Dezoito, nº 758, Centro, nesta cidade de Chapadão do Sul-MS, neste ato representada pelo seu Presidente, o vereador, **ELTON SILVA**, brasileiro, solteiro, empresário, portador da Cédula de Identidade RG nº 001177114/SSP/MS, e do CPF/MF nº 959.751.521-00, residente e domiciliado na Rua Vinte e Oito, nº 424, Centro, nesta cidade de Chapadão do Sul-MS, aqui denominada simplesmente de **CONTRATANTE**, e a empresa, **J R A PROPAGANDA E MARKETING LTDA.**, Pessoa Jurídica de Direito Privado, inscrita no CNPJ/MF, sob o nº 03.975.604/0001-41, estabelecida na Rua Manoel Inácio de Souza, 1.409 – Bairro Santa Fé, na cidade de Campo Grande-MS, neste ato representada pelo seu sócio proprietário, o Senhor, **JOÃO ROBERTO ABUHASSAN FILHO**, brasileiro, casado, publicitário, portador da Cédula de Identidade RG nº 895539-SSP/MS, e do CPF/MF nº 695.266.051-87, residente e domiciliado à Rua Manoel Inácio de Souza, 1.409 – Bairro Santa Fé, na cidade de Campo Grande-MS doravante denominada **CONTRATADA**, celebram entre si o presente **TERMO ADITIVO**, mediante as cláusulas e condições a seguir:

**DO FUNDAMENTO LEGAL:** O presente instrumento tem fundamento legal o disposto no artigo 54, caput, da Lei Federal nº 8.666/93 c/c artigos 1.150 e 1.151 do Código Civil.

**DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL:** Aplica-se a este instrumento contratual as disposições da Lei Federal nº 8.666/93, com as alterações e inclusões da Lei Federal nº 8.883/94, em especial para dirimir os casos omissos e a integral execução do presente **TERMO ADITIVO**.

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO:**

1.1. O objeto deste **TERMO ADITIVO** visa formalizar a alteração da Razão Social, de **J.R.A. PROPAGANDA E MARKETING LTDA** para **JRA COMUNICAÇÕES LTDA**, constante no preâmbulo do Contrato nº 002/2018, conforme alteração contratual consolidação, devidamente consolidada e registrada na Junta Comercial do Estado de Mato Grosso do Sul – JUCEMS.

**CLÁUSULA SEGUNDA – DO PRAZO DE VIGÊNCIA:**

2.1. A **J.R.A. PROPAGANDA E MARKETING LTDA**, apresentou os respectivos documentos de alteração da razão social, a fim de comprovar sua regularidade perante esta Câmara Municipal, não restando dúvidas de que possui plenas condições de continuar cumprindo os direitos e obrigações decorrentes do Contrato nº 002/2018.

**CLÁUSULA TERCEIRA – DA VINCULAÇÃO:**

5.1. O presente **TERMO ADITIVO** passa a integrar o Contrato Original, sendo que as partes sujeitam-se às normas da Lei nº-8.666/93 de 21 de junho de 1993 e demais alterações supervenientes.



**CÂMARA MUNICIPAL DE CHAPADÃO DO SUL**  
**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**

**CLÁUSULA QUARTA – DA PUBLICAÇÃO:**

4.1. O extrato do presente TERMO ADITIVO será publicado, no Diário Oficial do Município, nos termos do parágrafo único do artigo 61 da Lei nº 8.666/93.

**CLÁUSULA QUINTA – DA RATIFICAÇÃO:**

5.1. Ficam ratificadas todas as demais cláusulas que não foram expressamente alteradas por esse TERMO ADITIVO, as quais permanecem como boas e valiosas, tal como se encontram redigidas.

E por estarem assim justos e conformes assinam o presente TERMO ADITIVO, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, para um só efeito e na presença das testemunhas abaixo identificadas.

Chapadão do Sul-MS, 06 de novembro de 2020

ELTON SILVA  
 VEREADOR – PRESIDENTE  
 {CONTRATANTE}

JOÃO ROBERTO ABUHASSAN FILHO  
 JRA COMUNICAÇÕES LTDA  
 {CONTRATADA}

**TESTEMUNHAS:**

NOME: CLÁRICE PREIS  
 CPF/MF: 368.371.641-04

NOME: NATÁLIA DA SILVA LEAL SCHEER  
 CPF: 337.386.158-65





ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

**Processo Administrativo nº 25/2017.**  
**Concorrência nº 01/2017.**  
**CONTRATO N.º 076/2017.**

Contrato para contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda para executar um 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. que entre si celebram a Prefeitura Municipal de Aquidauana – MS e a empresa **NOVO ENGENHO COMUNICACAO INTEGRADA LTDA.**

Pelo presente instrumento, compareceram, de um lado, o Município de Aquidauana – MS, inscrito no CNPJ/MF sob o n.º 03.452.299/0001-03, doravante designado simplesmente **CONTRATANTE**, representado neste ato pelo Prefeito Municipal Sr. **ODILON FERRAZ ALVES RIBEIRO**, RG n.º 000.743.389 SSP/MS, CPF n.º 609.079.321-34, e pelo(a) Secretário(a) Municipal de Administração, Sr. **EUCLIDES NOGUEIRA JUNIOR**, neste ato Gestor do Contrato, portador do RG n.º 745.918 SEJUSP/MS, CPF n.º 543.451.591-68, e a Empresa **NOVO ENGENHO COMUNICACAO INTEGRADA LTDA**, inscrita no CNPJ sob n.º 06.301.987/0001-60, estabelecida na R JOSE JOAQUIM DA SILVA, 521 - , Vila Nascente, em Campo Grande/MS, CEP 79036-100, doravante denominada **CONTRATADA**, representada pelo Senhor(a) **Frederico Fukagawa de Ribamar**, portador do CPF n.º 728.198.391-34, resolvem celebrar o presente **CONTRATO** mediante as seguintes cláusulas e condições:

## **1. LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS**

**1.1.** O presente Contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/10, da Lei nº 8.666/93 com alterações, aplicável complementarmente e da Lei n.º 4.680/65.

**1.2.** Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste Contrato e a ele se integram: o Edital da Concorrência 001/2017 e seus Anexos, bem como as Propostas apresentadas pelas **CONTRATADAS**.

## **2. OBJETO**

**2.1.** A presente contratação destina-se à prestação de serviços publicitários previstos no item 2.2.

**2.2.** A prestação de serviços publicitários ora contratados compreende:

**2.2.1.** Prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda para executar um conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo,



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

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, interno (endomarketing) e externo. Como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, redes sociais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação.

**2.3.** As **CONTRATADAS** atuarão por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no **item 2.2**, alíneas “a”, “b”, “c” e “d”;
- b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

### 3. VIGÊNCIA

**3.1** O presente Contrato terá duração de **12 (doze) meses**, contados da data de sua assinatura, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por períodos iguais e sucessivos, nos termos do art. 57, inc. II da Lei n.º 8.666/93.

### 4. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

**4.1** As despesas decorrentes deste Contrato, nos primeiros **12 (doze) meses**, estão estimadas em **R\$ 900.000,00 (NOVECENTOS MIL REAIS)**.

**4.2.** A **ADMINISTRAÇÃO** reserva-se no direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da reserva orçamentária prevista.

**4.3.** As despesas decorrentes do fornecimento correrão à conta das seguintes dotações:

<b>Projeto/Atividade</b>	<b>Recurso</b>	<b>Despesa/Ano</b>	<b>Descrição</b>
2.002.3390.39	1000	12/2017	Coordenação Geral da Gerência Municipal de Governo
2.012.3390.39	1000	81/2017	Manutenção da Atividades da Gerência de Planejamento
2.101.3390.39	1000	801/2017	Implementação do Fundo Municipal de Turismo
2.029.3390.3	1002	424/2017	Gestão das Ações e Serviços de Saúde



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

9			
2.047.3390.3 9	1031	576/2017	Vigilância em Saúde
2.029.3390.3 9	1014	425/2017	Gestão das Ações e Serviços de Saúde
2.107.3390.3 9	1015	132/2017	Manutenção e Operacionalização do Ensino Fundamental
2.015.3390.3 9	1000	780/2017	Manutenção das Atividades do Desporto - FEMA
2.131.3390.3 9	1000	812/2017	Manutenção e Operacionalização do Fundo Municipal
2.047.3390.3 9	1002	574/2017	Vigilância em Saúde
2.006.3390.3 9	1000	45/2017	Manutenção da Gerência Municipal de Administração



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

2.118.3390.3 9	1000	192/2017	Manutenção e Operacionalização da Gerência de Prod
2.022.3390.3 9	1000	274/2017	Manutenção das Atividades da Gerência Municipal de
2.047.3390.3 9	1014	575/2017	Vigilância em Saúde
2.081.3390.3 9	1029	719/2017	Gestão das Ações Sociais
2.010.3390.3 9	1000	70/2017	Manutenção da Gerência Municipal de Finanças
2.107.3390.3 9	1001	131/2017	Manutenção e Operacionalização do Ensino Fundament
2.081.3390.3 9	1000	717/2017	Gestão das Ações Sociais

**4.3.1.** Os convênios com o Estado de Mato Grosso do Sul e ou com o Governo Federal poderá também ser fonte de despesas.

**4.4.** As despesas efetuadas no próximo exercício correrão por conta do respectivo orçamento dentro da mesma programação financeira.

**4.5.** A Critério da Prefeitura de Aquidauana demandará à agência Licitada o desenvolvimento de campanhas e demais serviços previstos neste Edital conforme seu planejamento estratégico de mídia, independentemente da ordem de classificação das agências.

## **5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**5.1.** Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

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

**5.1.2.** Realizar - com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato observados as especificações estabelecidas pela **CONTRATANTE**.

**5.1.3.** Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possuem individualmente, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE**, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- Profissional na área de atendimento;
- Profissional na área de planejamento;
- Profissional na área de criação;
- Profissional nas áreas de produção impressa e eletrônica;
- Profissional na área de mídia.

**5.1.4.** Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

profissionais com experiência equivalente ou superior.

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

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

**5.1.5.2.** Serão transferidas a **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.

**5.1.6.** Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

**5.1.6.1.** Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas ou com documentação de regularidade fiscal em dia pela **CONTRATANTE**, nos termos do disposto no art. 14 da Lei nº 12.232/10.

**5.1.6.2.** As propostas dos fornecedores serão coletadas, pela **CONTRATADA**, em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela **CONTRATANTE**, sempre que o fornecimento do bem ou serviço tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor total do Contrato.

**5.1.6.3.** Caso o fornecimento seja igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da lei 8666, de 21 de junho de 1993, a **CONTRATADA** está dispensada do procedimento previsto no subitem 5.1.6.2 deste Contrato.

**5.1.6.4.** O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo de fornecimento pretendido.

**5.1.6.5.** Responder perante a **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

**5.1.6.6.** Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**.

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

**5.1.8.** A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a **CONTRATADA** ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial somente poderá ser realizada após comunicar à **CONTRATANTE** este vínculo e obter sua aprovação.

**5.1.9.** As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes das contratadas, poderão



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

ser divulgadas em site aberto pela **CONTRATANTE**, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.

**5.1.10.** Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 05 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.

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

**5.1.12.** Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

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

**5.1.14.** Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

**5.1.15.** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

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

**5.1.17.** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.

**5.1.17.1.** Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e demantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à **CONTRATANTE**, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

**5.1.18.** Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

**5.1.19.** Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

efetuadas.

**5.1.20.** As agências contratadas reconhecem e aceitam a metodologia do **subitem 6.2.** e os subitens **1.5 e 1.6 do Edital.**

**5.1.21.** Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (anos) anos após a extinção do Contrato (art. 17 da Lei 12.232/10).

## **6. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

**6.1.** Constituem obrigações da **CONTRATANTE**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

**6.1.1.** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

**6.1.2.** Comunicar, por escrito, à **CONTRATADA**, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;

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

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

**6.1.5.** Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

**6.1.6.** Abrir, na internet, um site próprio para divulgação das informações sobre a execução deste Contrato, conforme disposto no art. 16 e parágrafo único, da Lei n.º 12.232/10.

**6.2.** O procedimento de seleção interna entre as agências contratadas, em conformidade com a Lei 12.232/2010 Art. 2º § 4º, fica estabelecido a seguinte metodologia, para o repasse dos serviços:

**6.2.1.** O procedimento será realizado, por convocação da Agência classificada em primeiro lugar para a prestação do serviço, em havendo declínio por parte da agência, deverá ser convocada a segunda colocada e assim sucessivamente até a última colocada. Na primeira convocação, em havendo empate na classificação entre agências, deverá realizar sorteio para o início da distribuição dos serviços. Fica assegurada a todas as agências, a prestação de no mínimo 2% do valor da verba contratada.

**6.2.2.** Após a distribuição conforme o **subitem 6.2.1**, em havendo agência sem ter recebido serviço, a **CONTRATADA** terá preferência no próximo serviço a ser distribuído.

## **7. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

**7.1.** 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 desejado ou especificado.



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

**7.1.1.** A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor contratual, servidor devidamente designado pela **CONTRATANTE**, que terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.

**7.1.1.1.** Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao gestor contratual verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da contratação de fornecedores e aos honorários devidos à **CONTRATADA**.

**7.2.** A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços a ela incumbidos.

**7.3.** A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e a expensas dos fornecedores e veículos por eles responsáveis.

**7.4.** A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por contratados por ela diretamente, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

**7.5.** A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

**7.6.** A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

**7.7.** A **CONTRATANTE** realizará, trimestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela **CONTRATADA**, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

**7.7.1.** A avaliação trimestral será considerada pela **CONTRATANTE** para aquilatar a necessidade de solicitar à **CONTRATADA** que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

## **8. REMUNERAÇÃO**

**8.1.** Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:

**8.1.1.** Honorários de 10 % (dez por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação





ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolva criação da agência.

**8.1.1.1.** Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

**8.1.2.** 50 % (cinquenta por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA**.

**8.1.3.** Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

**8.2.** Despesas com deslocamento de profissionais da **CONTRATADA**, ou de seus representantes, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da **CONTRATANTE**, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela **CONTRATADA**, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela **CONTRATANTE**.

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

## **9. DESCONTO DE AGÊNCIA**

**9.1.** Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

**9.2.** A agência reverterá a **CONTRATANTE** a parcela de 5 % (cinco por cento) do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, conforme o estabelecido no ANEXO “B” – Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios do item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão.

**9.3.** Os frutos dos planos de incentivos eventualmente concedidos pelos veículos de divulgação, para todos os fins de direito, constituem receita própria da **CONTRATADA**, nos termos do disposto no art. 18 da Lei n.º 12.232/10.

## **10. DIREITOS AUTORAIS**

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

**10.1.1.** O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula 8 (oito) deste Contrato.

**10.2.** Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a **CONTRATADA** solicitará do fornecedor orçamento que prevejam a cessão dos



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**.

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

**10.3.** Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

**10.4.** A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

**10.4.1.** Que a **CONTRATANTE** poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em Betacam e em DVD, mediante ajuste dos custos envolvidos.

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

## **11. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

**11.1.** O pagamento será efetuado mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela **CONTRATADA**, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da **CONTRATANTE**, a/c (aos cuidados) da **CONTRATADA**, acompanhadas do Certificado de Registro Cadastral do Município ou com a documentação de regularidade fiscal em dia (certidões), comprovantes dos serviços realizados e serviço de checagem.

**11.2.** O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a **CONTRATADA** informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, seguindo os seguintes prazos:

- Veiculação: após o término da veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos veículos; demonstrativos de despesas (resumo/estimativa de custo), tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação e de checagem;

- Produção: após entrega do material produzido, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos fornecedores, demonstrativos de despesas (resumo/estimativa de custo), respectivos comprovantes (dois de cada) e protocolo de recebimento assinado pelo órgão/secretaria que solicitou o serviço;

- Outros serviços realizados por terceiros: nos vencimentos previamente ajustados com a **CONTRATANTE**, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

de cada **CONTRATADA** e dos fornecedores e respectivos documentos e comprovantes.

**11.3.** Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de sete dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº 076/2017 e a manifestação de aceitação do gestor contratual: **PREFEITURA DE AQUIDAUANA**.

**11.4.** Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a **CONTRATANTE**, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

**11.4.1.** Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

**11.5.** A **CONTRATANTE** não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

**11.6.** Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela **CONTRATADA**, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela **CONTRATANTE**.

**11.6.1.** Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

**11.6.2.** A **CONTRATADA** apresentará à **CONTRATANTE** um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

## **12. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**12.1.** A inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro de execução ou mora na execução, sujeitará a **CONTRATADA** às seguintes penalidades:

I. Advertência;

II. Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 10 % (dez por cento);

III. Multa de 5 % (cinco por cento), sobre o valor atualizado deste Contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração a quaisquer outras de suas cláusulas.

IV. Suspensão temporária de licitar e contratar com o (Governo, Prefeitura, Entidade) pelo prazo de até 2 (anos) anos;

V. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, 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



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

**CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada.

**12.2.** A critério da **CONTRATANTE**, as sanções previstas nos incisos "I", "IV" e "V" do item 12.1, desta cláusula, poderão ser aplicadas juntamente com as previstas nos incisos "II" ou "III", facultada a defesa prévia da **CONTRATADA**, no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

**12.3.** Aplicar-se-á advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação.

**12.4.** A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei n.º 8.666, de 1993.

**12.5.** A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

**12.6.** A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da datado recebimento da comunicação pela **CONTRATADA**.

### **13. RESCISÃO**

**13.1.** O presente Contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.

**13.2.** Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela **CONTRATANTE** e comprovadamente realizadas pela **CONTRATADA**, previstas no presente Contrato.

**13.3.** Em caso de cisão, incorporação ou fusão da **CONTRATADA** com outras agências de propaganda, caberá à **CONTRATANTE** decidir sobre a continuidade do presente Contrato.

**13.4.** A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará à **CONTRATADA** direito à indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

**13.5.** A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da **CONTRATANTE**, a retenção dos créditos decorrentes deste Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

### **14. DISPOSIÇÕES GERAIS**

**14.1.** A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Autorregulamentação Publicitária, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
**Secretaria Municipal de Administração**  
**Núcleo de Licitações e Contratos**

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

**14.2.** A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivos nos mesmos meios de comunicação onde foi publicado o ato convocatório.

**14.3.** O presente Contrato poderá ser denunciado e, em consequência, encerrado unilateralmente pela **CONTRATANTE**, após decorridos 30 (trinta) dias de sua vigência, mediante notificação por escrito à **CONTRATADA**, com antecedência mínima de **30 (trinta) dias**.

**14.4.** Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

**14.5.** A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste Contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente - não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

## **15. CASOS OMISSOS**

**15.1.** Os casos omissos relacionados a este Contrato regular-se-ão pelos preceitos de Direito Público, aplicando-lhes, supletivamente, os princípios da teoria geral dos Contratos e as disposições de Direito Privado, na forma dos artigos. 54 e 55, inciso XII, da Lei n.º 8.666, de 1993, bem como a legislação indicada no preâmbulo do presente Contrato.

## **16. FORO**

**16.1.** As questões decorrentes da execução deste Contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro de Aquidauana, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justas e acordadas, assinam o presente Contrato em 3 (três) vias de igual teor e forma.

Aquidauana, MS, 04 de agosto de 2017.

**ODILON FERRAZ ALVES RIBEIRO**  
Prefeito Municipal

**NOVO ENGENHO COMUNICACAO INTEGRADA LTDA**  
Contratada

**EUCLIDES NOGUEIRA JUNIOR**  
Gestor do Contrato

**ANDERSON RIBEIRO DOS SANTOS**  
Fiscal do Contrato

**TESTEMUNHAS:**



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
Secretaria Municipal de Administração  
Núcleo de Licitações e Contratos

Rua Luiz da Costa Gomes, n. 711, Vila Cidade Nova Aquidauana – MS – CEP 79200-000

**Nivea Santos Alves de  
Almeida**CPF.  
002.119.951-50

**Yasmin Pinheiro da Silva  
Godoy**CPF: 027.716.901-  
10



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
 GERÊNCIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO  
 NÚCLEO DE CONTROLE E EXECUÇÃO DE CONTRATOS

**4º TERMO DE ADITIVO AO CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº 076/2017**

Termo Aditivo ao Contrato Administrativo nº 076/2017, parte integrante da Concorrência Pública nº 001/2017, celebrado entre o Município de Aquidauana/MS e a empresa **NOVO ENGENHO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**

O **MUNICÍPIO DE AQUIDAUANA - MS**, pessoa jurídica de direito público interno, com sede na Rua Luiz da Costa Gomes, nº 711, Vila Cidade Nova, nesta cidade, inscrito no C.N.P.J. sob o Nº.03.452.299/0001-03, neste ato representado pelo Prefeito Municipal, **ODILON FERRAZ ALVES RIBEIRO**, brasileiro, casado, pecuarista portador da Carteira de Identidade nº. 000.743.389 SSPMS e CPF/MF nº 609.079.321-34, residente e domiciliado na Rua Duque de Caxias, nº 451, centro, na cidade de Aquidauana/MS.

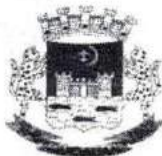
**CONTRATADA: NOVO ENGENHO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob ne 06.031.987/0001-50, com sede na Rua José Joaquim da Silva, 521, Vila Nascente, na cidade de Campo Grande - MS, neste ato, representado pelo **Frederico Fukagawa de Ribamar**, brasileiro, portador do CPF nº 728.198.391-34, têm, entre si, justo e avençado, e celebram por força do presente instrumento o de conformidade com o disposto na Lei 8.656, de 21 de junho de 1993, resolvem celebrar o presente Termo Aditivo ao Contrato nos seguintes termos e condições: e, perante as testemunhas abaixo assinadas firmam o presente Termo Aditivo, regidos pelas disposições contidas nos art(s). 57, II e art. 65, II, d. § 1º da Lei Federal nº 8.666/93, em sua atual redação, e do que consta do processo acima indicado mediante as condições estipuladas nas seguintes cláusulas:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO**

O presente Termo Aditivo tem por objeto a Prorrogação de Prazo e Valor do **Contrato Administrativo nº 076/2017**, cujo objeto destina-se à prestação de serviços publicitários de natureza continua nos setores de publicidade e propaganda para executar um conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e também a distribuição de publicidade ao Estado de Mato Grosso do Sul, Prefeitura Municipal de Aquidauana, 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, interno (endomarketing) e externo.

*Odilon Ferraz Alves Ribeiro*

*[Assinatura]*



FLS	786
Rubrica	✓

**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**  
 GERÊNCIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO  
 NÚCLEO DE CONTROLE E EXECUÇÃO DE CONTRATOS

**CLÁUSULA SEGUNDA – DO PRAZO**

Fica prorrogado a vigência do prazo com início em 01/01/2021 e término em 30/06/2021 no que se refere a Cláusula Terceira do Contrato Administrativo nº 076/2017.

**CLÁUSULA TERCEIRA – DO VALOR**

Fica o valor reservado para a consecução do presente Termo Aditivo equivalente a R\$300.000,00 (trezentos mil reais). Da-se a este contrato o valor global de R\$3.150.000,00 (três milhões e cento e cinquenta mil reais).

**CLÁUSULA QUARTA – DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL**

Fundamenta-se o presente aditivo na lei nº 8.666/93.

**CLÁUSULA QUINTA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

Ficam observadas e mantidas, as demais Cláusulas e Condições do Contrato Administrativo nº 076/2017, desde que não contrariem o convencionado no presente Termo Aditivo.

E, por estarem justos e acordados, as partes firmam o presente termo aditivo em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

Aquidauana/MS, 14 de dezembro de 2020.

**ODILON FERRAZ ALVES RIBEIRO**  
 PREFEITO MUNICIPAL

**NOVO ENGENHO COMUNICAÇÃO**  
**INTEGRADA LTDA**  
**FREDERICO FUKAGAWA DE RIBAMAR**  
 CONTRATADO

**ERNANDES PEIXOTO DE MIRANDA**  
 SECRETÁRIO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

Testemunhas:

CPF: 064.503.061-18

CPF:





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**ANEXO V**

***TABELA DE REFERÊNCIA DO  
SINAPRO MS – 2021***



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**ANEXO II**

**MEMORIAL DESCRITIVO**

**1. DO OBJETO**

1.4 O objeto desta licitação é a contratação de (uma) agência de propaganda para prestação de serviços nos setores de publicidade e 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, regulamentada pela Lei n. 12.232, de 29 de abril de 2010 e demais disposições legais previstas neste edital.

1.5 A agência contratada atuará por ordem e conta da CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS, em conformidade com o art. 3º, da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- c) veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaços publicitários, sem qualquer restrição de mídia;
- d) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução das peças, campanhas e demais materiais conexos.

**2 JUSTIFICATIVA E OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO**

2.1 A Justificativa e objetivo da contratação encontra-se pormenorizada em Tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

### **3 DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO**

3.1 A descrição da solução como um todo, encontra-se pormenorizada em Tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

### **4 DA CLASSIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS E FORMA DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR**

4.1 Trata-se de serviço especial, com fornecimento de mão de obra sem regime de dedicação exclusiva, a ser contratado mediante licitação, na modalidade Concorrência.

4.2 Os serviços a serem contratados enquadram-se nos descritos na Lei Federal nº 12.232/10.

4.3 A prestação dos serviços não gera vínculo empregatício entre os empregados da Contratada e a Administração Pública Municipal Contratante, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize personalidade e subordinação direta.

### **5 REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

5.1 Os requisitos da contratação, encontra-se pormenorizada em Tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

### **6 MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

6.1. Os serviços a serem realizados na vigência do futuro contrato serão executados das seguintes formas:

6.1.1. serviços executados pela própria CONTRATADA;

6.1.2. serviços executados por terceiros e supervisionados pela



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

CONTRATADA.

## **7 DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA**

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

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS), limitados a 50% (cinquenta por cento);
- b) Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa – serviços de terceiros: taxa de Agência pela remuneração de 05% a 10% sobre o custo de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados.

## **8 DIREITOS AUTORAIS**

8.1 A **CONTRATADA** deverá ceder a **CONTRATANTE** os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluindo os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência do contrato.

8.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas no Contrato.

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

8.2.1. A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento,



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

no ato de cessão/orçamento/Contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela **CONTRATANTE** em cada caso.

8.3 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

8.4 A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

8.4.1 Que a **CONTRATANTE** poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em Betacam e em DVD, mediante ajuste dos custos envolvidos.

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

## **9 DO PAGAMENTO**

9.1 O pagamento será efetuado mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela **CONTRATADA**, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da **CONTRATANTE**, a/c (aos cuidados) da **CONTRATADA**, acompanhadas das certidões de regularidade fiscal e trabalhista, comprovantes dos serviços realizados e serviço de checagem.

9.2 O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a **CONTRATADA** informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, seguindo os seguintes prazos:

- Veiculação: após o término da veiculação, mediante apresentação dos



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos veículos; demonstrativos de despesas (resumo/estimativa de custo), tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação e de checagem;

- Produção: após entrega do material produzido, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos fornecedores, demonstrativos de despesas (resumo/estimativa de custo), respectivos comprovantes e protocolo de recebimento assinado pelo servidor que solicitou o serviço;

- Outros serviços realizados por terceiros: nos vencimentos previamente ajustados com a **CONTRATANTE**, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos fornecedores e respectivos documentos e comprovantes.

9.3 Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço da Câmara Municipal de Aquidauana-MS, com antecedência mínima de sete dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº ...../2021 e a manifestação de aceitação do gestor contratual.

9.4 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação decobrança, a **CONTRATANTE**, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

9.4.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

9.5 A **CONTRATANTE** não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

9.6 Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela **CONTRATADA**, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela **CONTRATANTE**.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

9.6.1 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

9.6.2 A **CONTRATADA** apresentará à **CONTRATANTE** um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

## **10 OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

10.1 Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas no Contrato ou dele decorrentes:

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

10.1.2 Realizar - com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto do contrato observados as especificações estabelecidas pela **CONTRATANTE**.

10.1.3 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto do contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior.

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

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

10.1.4.2 Serão transferidas a **CONTRATANTE** as vantagens obtidas em



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

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.

10.1.5 Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

10.1.5.1 Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas pela **CONTRATANTE**, nos termos do disposto no art. 14 da Lei nº12.232/10.

10.1.5.2 As propostas dos fornecedores serão coletadas, pela **CONTRATADA**, em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela **CONTRATANTE**, sempre que o fornecimento do bem ou serviço tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor total do Contrato.

10.1.5.3 Caso o fornecimento seja igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da lei 8666, de 21 de junho de 1993, a **CONTRATADA** está dispensada do procedimento previsto no subitem 5.1.6.2 do contrato.

10.1.5.4 O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo de fornecimento pretendido.

10.1.5.5 Responder perante a **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto do contrato.

10.1.5.6 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**.





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

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

10.1.7 A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a **CONTRATADA** ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial somente poderá ser realizada após comunicar à **CONTRATANTE** este vínculo e obter sua aprovação.

10.1.8 As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes das contratadas, poderão ser divulgados em site aberto pela **CONTRATANTE**, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.

10.1.9 Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 05 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.

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

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

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

10.1.13 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

10.1.14 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas,



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

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.

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

10.1.16 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.

10.1.17 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à **CONTRATANTE**, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

10.1.18 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

10.1.19 Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.

10.1.20 Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (anos) anos após a extinção do Contrato (art. 17 da Lei 12.232/10).



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**11 OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

11.1 Constituem obrigações da **CONTRATANTE**, além das demais previstas no Contrato ou dele decorrentes:

11.1.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

11.1.2 Comunicar, por escrito, à **CONTRATADA**, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;

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

11.1.4 Notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;

11.1.5 Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

11.1.6 Abrir, na internet, um site próprio para divulgação das informações sobre a execução do contrato, conforme disposto no art. 16 e parágrafo único, da Lei n.º 12.232/10.

**12 CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DA EXECUÇÃO**

12.1 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 desejado ou especificado.

12.1.1 A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor contratual, servidor devidamente designado pela **CONTRATANTE**, que terá poderes,



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

entre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução do contrato.

12.1.1.1 Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao gestor contratual verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da contratação de fornecedores e aos honorários devidos à **CONTRATADA**.

12.2 A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços a ela incumbidos.

12.3 A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e a expensas dos fornecedores e veículos por eles responsáveis.

12.4 A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por contratados por ela diretamente, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

12.5 A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência do contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

12.6 A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

### **13 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

13.1 A inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro de



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

execução ou mora na execução, sujeitará a **CONTRATADA** às seguintes penalidades:

I. Advertência;

II. Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 10 % (dez por cento);

III. Multa de 5 % (cinco por cento), sobre o valor atualizado do contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração a quaisquer outras de suas cláusulas.

IV. Suspensão temporária de licitar e contratar com o (Governo, Prefeitura, Entidade) pelo prazo de até 2 (anos) anos;

V. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, 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 a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.2 A critério da **CONTRATANTE**, as sanções previstas nos incisos "I", "IV" e "V" do item 12.1, desta cláusula, poderão ser aplicadas juntamente com as previstas nos incisos "II" ou "III", facultada a defesa prévia da **CONTRATADA**, no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

13.3 Aplicar-se-á advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação.

13.4 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei n.º 8.666, de 1993.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

13.5 A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

13.6 A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação pela **CONTRATADA**.

#### **14 RESCISÃO**

14.1 O presente Contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.

14.2 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela **CONTRATANTE** e comprovadamente realizadas pela **CONTRATADA**, previstas no presente Contrato.

14.3 Em caso de cisão, incorporação ou fusão da **CONTRATADA** com outras agências de propaganda, caberá à **CONTRATANTE** decidir sobre a continuidade do presente Contrato.

14.4 A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará à **CONTRATADA** direito à indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

14.5 A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da **CONTRATANTE**, a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**15 ESTIMATIVA DE PREÇOS E PREÇOS REFERENCIAIS**

15.1 As despesas decorrentes desta licitação, para um período de 12 (doze) meses, sendo necessário, será oportunizado o aditamento contratual por até 60 (sessenta meses) mantidos os valores, que estão estimados em R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), não correspondendo que será gasto quantia no prazo do contrato.

**16 DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS.**

16.1 As despesas decorrentes do fornecimento correrão à conta do  
ELEMENTO DESPESA: 01.01.031.0200.2.001.3.3.90.39.100 Outros  
Serviços de terceiros - Pessoa Jurídica.

Município de Aquidauana-MS, 13 de setembro de 2021

\_\_\_\_\_  
Ana Maria de Souza

\_\_\_\_\_  
Dufles Pinto de Souza

\_\_\_\_\_  
Priscila Nogueira da Silva Ferreira

Aprovado por: \_\_\_\_\_  
Wezer Alves Rodrigues – Presidente da Câmara Municipal



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**ANEXO III**

**PROPOSTA DE PREÇOS - (MODELO SUGERIDO)**

Local e data

À  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
A/C Sr. Presidente  
Ref.: tomada de preços nº \_\_\_\_/2021

Em cumprimento ao que prescreve o item 7 do Edital, utilizamo-nos da presente para submeter à apreciação de V. S. os percentuais abaixo discriminados, dentro da política de preço para os Serviços, necessários para a análise e julgamento da Proposta de Preço:

Declaramos que durante a vigência do contrato será adotado a seguinte política de preços para os serviços descritos:

**a)** Desconto de \_\_% (.....) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS) - tendo como limite do edital o máximo de 50% (cinquenta por cento);

**b)** Pela taxa de 05% a 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada tecnicamente por terceiros fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada, será cobrado taxa de \_\_\_\_\_% por cento.

---

Esta proposta tem validade pelo prazo de, no mínimo, 120 (cento e vinte) contados da data prevista no preâmbulo do Edital para abertura da licitação.





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

Obrigamo-nos, caso nos seja adjudicado o objeto da licitação em causa, a comparecer na data, horário e local estabelecido pela Comissão Permanente de Licitação, para proceder à assinatura do Contrato.

Atenciosamente,

(Local e Data).....

(representante legal da empresa)

CARIMBO DO CNPJ/MF



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**ANEXO IV - MINUTA DE CONTRATO**

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE  
SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS ENTRE A  
CÂMARA MUNICIPAL DE XXX, E A  
EMPRESA .....

Contrato n.º.XXXX/2021

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE XXX, ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL, com sede na \_\_, n.º \_\_, em \_\_, estado de \_\_\_\_, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º \_\_, neste ato representada por \_\_\_\_, portador da cédula de identidade RG n.º \_\_, expedida pela \_\_, inscrito no CPF(MF) sob o n.º \_\_\_\_, doravante designada CONTRATANTE.

CONTRATADA: (razão social da licitante vencedora), com sede na \_\_, n.º \_\_, na cidade de \_\_\_\_, estado de \_\_\_\_, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º \_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_, portador da cédula de identidade RG n.º \_\_\_\_, expedida pela \_\_\_\_, inscrito no CPF(MF) sob o n.º \_\_\_\_, doravante designada CONTRATADA.

As partes acima qualificadas resolvem celebrar o presente contrato para prestação de serviços de publicidade, a serem realizados sob o regime de empreitada por preço unitário objeto da tomada de preços n.º 01/2021, autorizada mediante ato homologatório constante da folha n.º

.....  
do referido processo, mediante os termos e condições a seguir:

**1. LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS**

**1.1.** O presente Contrato reger-se-á pelas disposições da Lei n.º 12.232/10, da Lei n.º 8.666/93 com alterações, aplicável complementarmente e da Lei n.º 4.680/65.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**1.2.** Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste Contrato e a ele se integram: o Edital da tomada de preços 001/2021 e seus Anexos, bem como a Proposta apresentada pela **CONTRATADA**.

**2. OBJETO**

**2.1.** A presente contratação destina-se à prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda para executar um 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, interno e externo. Como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, redes sociais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação, bem como todas as possibilidades de comunicação publicitária contida no caderno de custos referenciais publicada pelo SINAPRO 2021.

**2.2.** A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços;
- b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

**3. VIGÊNCIA**

**3.1** O presente Contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por períodos iguais e sucessivos, nos termos do art. 57, inc. II da Lei n.º 8.666/93.

**4. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

**4.1** As despesas decorrentes deste Contrato, nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ XXX (XXX).

**4.2. A Câmara Municipal de Aquidauana-MS** reserva-se no direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da reserva orçamentária prevista.

**4.3.** As despesas decorrentes do fornecimento correrão à conta da seguinte dotação orçamentária:

01.01.031.0200.2.001.3.3.90.39.0100

**4.4.** As despesas efetuadas no próximo exercício correrão por conta do respectivo orçamento dentro da mesma programação financeira.

**4.5.** A Critério da Câmara Municipal de Aquidauana-MS demandará à agência Licitada o desenvolvimento de campanhas e demais serviços previstos neste Edital conforme seu planejamento estratégico de mídia.

**5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**5.1.** Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

**5.1.1.** Operar como uma organização completa e fornecer serviços de



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

elevada qualidade.

**5.1.2.** Realizar - com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato observados as especificações estabelecidas pela **CONTRATANTE**.

**5.1.3.** Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior.

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

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

**5.1.4.2.** Serão transferidas a **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.

**5.1.5.** Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

**5.1.5.1.** Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas pela **CONTRATANTE**, nos termos do disposto no art. 14 da Lei nº12.232/10.

**5.1.5.2.** As propostas dos fornecedores serão coletadas, pela **CONTRATADA**, em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela **CONTRATANTE**, sempre que o fornecimento do bem ou serviço tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

por cento) do valor total do Contrato.

**5.1.5.3.** Caso o fornecimento seja igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da lei 8666, de 21 de junho de 1993, a **CONTRATADA** está dispensada do procedimento previsto no subitem 5.1.5.2 deste Contrato.

**5.1.5.4.** Responder perante a **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

**5.1.5.5.** Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**.

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

**5.1.7.** A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a **CONTRATADA** ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial somente poderá ser realizada após comunicar à **CONTRATANTE** este vínculo e obter sua aprovação.

**5.1.8.** As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes das contratadas, poderão ser divulgados em site aberto pela **CONTRATANTE**, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.

**5.1.9.** Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 05 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.

**5.1.10.** Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

atosou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

**5.1.11.** Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia paraqualquer operação financeira.

**5.1.12.** Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na tomada de preços que deu origem a este ajuste.

**5.1.13.** Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

**5.1.14.** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

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

**5.1.16.** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.

**5.1.16.1.** Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**CONTRATANTE**, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

**5.1.17.** Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

**5.1.18.** Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.

**5.1.19.** Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (anos) anos após a extinção do Contrato (art. 17 da Lei 12.232/10).

## **6. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

**6.1.** Constituem obrigações da **CONTRATANTE**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

**6.1.1.** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

**6.1.2.** Comunicar, por escrito, à **CONTRATADA**, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;

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

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





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**6.1.5.** Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

**6.1.6.** Abrir, na internet, um site próprio para divulgação das informações sobre a execução deste Contrato, conforme disposto no art. 16 e parágrafo único, da Lei n.º 12.232/10.

## **7. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

**7.1.** 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 desejado ou especificado.

**7.1.1.** A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor contratual, servidor devidamente designado pela **CONTRATANTE**, que terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.

**7.1.1.1.** Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao gestor contratual verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da contratação de fornecedores e aos honorários devidos à **CONTRATADA**.

**7.2.** A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços a ela incumbidos.

**7.3.** A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e a expensas dos fornecedores e veículos por eles responsáveis.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**7.4.** A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por contratados por ela diretamente, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

**7.5.** A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

**7.6.** A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

## **8. REMUNERAÇÃO**

**8.1.** Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:

**8.1.1.** 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.

**8.1.1.1.** Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

**8.1.2.** .....(..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA**.

**8.1.3.** Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

pela **CONTRATADA**.

**8.2.** Despesas com deslocamento de profissionais da **CONTRATADA**, ou de seus representantes, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da **CONTRATANTE**, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela **CONTRATADA**, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela **CONTRATANTE**.

## **9. DIREITOS AUTORAIS**

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

**9.1.1.** O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula 8 (oito) deste Contrato.

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

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

**9.3.** Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**9.4.** A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

**9.4.1.** Que a **CONTRATANTE** poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em Betacam e em DVD, mediante ajuste dos custos envolvidos.

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

## **10. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

**10.1.** O pagamento será efetuado mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela **CONTRATADA**, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da **CONTRATANTE**, **a/c** (aos cuidados) da **CONTRATADA**, acompanhadas das certidões de regularidade fiscal e trabalhista, comprovantes dos serviços realizados e serviço de checagem.

**10.2.** O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a **CONTRATADA** informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, seguindo os seguintes prazos:

- Veiculação: após o término da veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos veículos; demonstrativos de despesas (resumo/estimativa de custo), tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação e de checagem;



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

- Produção: após entrega do material produzido, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos fornecedores, demonstrativos de despesas (resumo/estimativa de custo), respectivos comprovantes e protocolo de recebimento assinado pelo servidor que solicitou o serviço;

- Outros serviços realizados por terceiros: nos vencimentos previamente ajustados com a **CONTRATANTE**, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos fornecedores e respectivos documentos e comprovantes.

**10.3.** Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados a Câmara Municipal de Aquidauana-MS, com antecedência mínima de sete dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº ...../2021 e a manifestação de aceitação do gestor contratual.

**10.4.** Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a **CONTRATANTE**, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

**10.4.1.** Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

**10.5.** A **CONTRATANTE** não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

**10.6.** Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela **CONTRATADA**, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela **CONTRATANTE**.

**10.6.1.** Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

**10.6.2.** A **CONTRATADA** apresentará à **CONTRATANTE** um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

## **11. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**11.1.** A inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro de execução ou mora na execução, sujeitará a **CONTRATADA** às seguintes penalidades:

VI. Advertência;

VII. Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 10 % (dez por cento);

VIII. Multa de 5 % (cinco por cento), sobre o valor atualizado deste Contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração a quaisquer outras de suas cláusulas.

IX. Suspensão temporária de licitar e contratar com o (Governo, Prefeitura, Entidade) pelo prazo de até 2 (anos) anos;

X. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, 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 a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada.

**11.2.** A critério da **CONTRATANTE**, as sanções previstas nos incisos "I", "IV" e "V" do item 11.1, desta cláusula, poderão ser aplicadas juntamente com as previstas nos incisos "II" ou "III", facultada a defesa prévia da **CONTRATADA**, no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco)



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

dias úteis.

**11.3.** Aplicar-se-á advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação.

**11.4.** A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei n.º 8.666, de 1993.

**11.5.** A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

**11.6.** A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação pela **CONTRATADA**.

## **12. RESCISÃO**

**12.1.** O presente Contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.

**12.2.** Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela **CONTRATANTE** e comprovadamente realizadas pela **CONTRATADA**, previstas no presente Contrato.

**12.3.** Em caso de cisão, incorporação ou fusão da **CONTRATADA** com outras agências de propaganda, caberá à **CONTRATANTE** decidir sobre a continuidade do presente Contrato.

**12.4.** A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará à **CONTRATADA** direito à indenização a qualquer título,



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

**12.5.** A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da **CONTRATANTE**, a retenção dos créditos decorrentes deste Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

### **13. DISPOSIÇÕES GERAIS**

**13.1.** A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Auto regulamentação Publicitária, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

**13.2.** A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial Eletrônico do Município, às suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

**13.3.** O presente Contrato poderá ser denunciado e, em consequência, encerrado unilateralmente pela **CONTRATANTE**, após decorridos 30 (trinta) dias de sua vigência, mediante notificação por escrito à **CONTRATADA**, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias.

**13.4.** Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

**13.5.** A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste Contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente - não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

### **14. CASOS OMISSOS**





**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**14.1.** Os casos omissos relacionados a este Contrato regular-se-ão pelos preceitos de Direito Público, aplicando-lhes, supletivamente, os princípios da teoria geral dos Contratos e as disposições de Direito Privado, na forma dos artigos. 54 e 55, inciso XII, da Lei n.º 8.666, de 1993, bem como a legislação indicada no preâmbulo do presente Contrato.

**15. FORO**

**15.1.** As questões decorrentes da execução deste Contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro de Aquidauana-MS, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justas e acordadas, assinam o presente Contrato em duas vias de igual teor e forma.

Aquidauana, MS, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021.

Wezer Alves Rodrigues  
Presidente da Câmara Municipal de Aquidauana -MS

XXX  
CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**ANEXO V - GLOSSÁRIO**

Nesta licitação serão encontradas palavras, siglas e abreviaturas com os mesmos significados, conforme abaixo:

1. **CONTRATANTE:** A CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA-MS, que é signatária do instrumento contratual;
2. **CONTRATADA:** empresa à qual foi adjudicado o objeto desta licitação e é signatária do contrato com a Administração Pública;
3. **FISCALIZAÇÃO:** órgão encarregado do acompanhamento e fiscalização do contrato;
4. **HABILITAÇÃO:** Verificação atualizada da situação jurídica, qualificação técnica e econômica financeira e regularidade fiscal de cada empresa participante da licitação;
5. **CPL:** Comissão Permanente de Licitação, que realizará os procedimentos de recebimento de envelopes, habilitação e julgamento das propostas técnicas e comerciais referentes a esta licitação;
6. **Diário Oficial do Município:** Diário Oficial Eletrônico do Município Aquidauana-MS, jornal editado/publicado pela Imprensa Oficial da Câmara Municipal de Aquidauana-MS;
7. **Subcomissão Técnica:** responsável pela análise das propostas técnicas – art. 10, § 1º, da Lei n.12.232/2010.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**ANEXO VI - DECLARAÇÃO DE MENOR**

Declaro que não há no quadro de pessoal desta empresa, empregado (s) com menos de 18 (dezoito) anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do Inciso XXXIII do art. 7º, da Constituição Federal e art. 27, V, da Lei n. 8.666, de 21 de junho de 1993, sob a nova redação da Lei n.º 9.854, de 27 de outubro de 1999.

Local e data:

Assinatura e número da identidade do representante legal e CNPJ da empresa



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA

**ANEXO VII**  
**DECLARAÇÃO DE FATOS SUPERVENIENTES IMPEDITIVOS**

(nome da empresa) ....., CNPJ  
nº:....., sediada (endereço completo)  
....., declara, para os devidos fins, que  
compromete-se em informar a qualquer tempo, sob as penalidades cabíveis, a  
existência de **fatos supervenientes impeditivos** da sua habilitação, na forma  
determinada no § 2º, do artigo 32, da Lei n. 8.666/93 e alterações.

Local e data:

Assinatura e número da identidade do representante legal e CNPJ da  
empresa



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

**ANEXO VIII**

**PROCESSO Nº 102/2021  
TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2021**

**PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO  
PROPOSTA TÉCNICA**

**Agência:** \_\_\_\_\_

<b>QUESITOS</b>	<b>NOTA</b>
Raciocínio Básico – (de 0 a 10) pontos	
Estratégia de Comunicação Publicitária – (de 0 a 25) pontos	
Ideia Criativa – (de 0 a 25) - pontos	
Estratégia de Mídia e Não Mídia – (de 0 a 10) pontos	
Capacidade Geral de Atendimento Revelada pela Licitante – (de 0 a 10) pontos	
Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação –(0 a 20) pontos	

**AVALIADOR:** \_\_\_\_\_

**Visto:** \_\_\_\_\_



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA

ANEXO IX

PROCESSO Nº 102/2021  
TOMANDA DE PREÇOS Nº001/2021

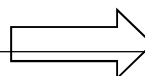
PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO  
PROPOSTA TÉCNICA

Agência: \_\_\_\_\_

QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Pontuação final por Quesito (média)
Raciocínio Básico				
Estratégia de Comunicação Publicitária				
Ideia Criativa				
Estratégia de Mídia e Não Mídia				
Capacidade Geral de Atendimento				
Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação				

A pontuação final de cada quesito corresponderá à média das notas atribuídas pelos avaliadores, somando-se as notas e dividindo pelo número de avaliadores.  
A pontuação final por quesito será calculada com, no máximo, duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento;  
A pontuação total da licitante corresponderá à soma das pontuações finais.

**PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE (Nota Auferida)**



Assinatura da subcomissão técnica:



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA

**ANEXO X**

**PROCESSO Nº102/2021**

**TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2021**

**PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

<b>QUESITOS</b>	<b>Pontos Concedidos</b>	<b>TOTAL</b>
A) Até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul.		
B) Até 40 (quarenta) pontos para os menores honorários oferecidos para remuneração por serviços de terceiros. Remunerado entre 05% a 10% de honorários (assessoria, execução, supervisão e pagamento).		
<b>PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE (Nota auferida)</b>		

A –

Percentual de desconto	Critério	Pontuação auferida (simulação máxima)
0 a 10 %	0 ponto	00
11 a 30 %	1% de desconto = 1 ponto	20
31 a 50%	1% de desconto = 2 pontos	40
Sub total		60



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
CÂMARA MUNICIPAL DE AQUIDAUANA**

B)

Percentual de taxa cobrança	Critério	Pontuação aferida (simulação máxima)
10%	Zero ponto	
9%	24 Pontos	
8%	28 pontos	
7%	32 pontos	
6%	36 pontos	
5%	40 pontos	Até 40
Sub total		40
Total máximo de pontos		100

Observações: 1) A pontuação final por quesito será calculada com, no máximo, duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento;  
2) A pontuação total da licitante corresponderá à soma das pontuações finais.

Assinatura da Comissão Permanente de Licitações: