



## **TERMO DE REFERÊNCIA**

### **1 - DO OBJETO:**

**1.1** - O objeto da presente licitação é a Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade, marketing 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 e veiculação 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 sobre as atividades realizadas pelo Poder Legislativo de Caarapó/MS, 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.

### **2 – JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO**

**2.1** – As justificativas da contratação foram preconizadas no Estudo Técnico Preliminar constantes nos autos do processo.

### **3 – ENTREGA E CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO DO OBJETO**

**3.1** Os serviços contratados serão prestados e executados mediante requisição expressa da CONTRATANTE e estes somente serão aceitos, após ser previamente submetido à anuência da CONTRATANTE; não eximindo a CONTRATADA de ser chamada a refazer serviços que apresentem posteriormente à expedição do aceite, vícios ou funcionamento inadequado.

**3.2** Os serviços serão executados pela CONTRATADA com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamentos necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares de propaganda, necessários ao cumprimento do objeto contratado. Nessa hipótese, a CONTRATADA será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços dos terceiros (fornecedores) e pela integral execução dos serviços que competirem a ela. A CONTRATADA não arcará integralmente com os encargos de qualquer natureza deste, decorrentes.

**3.3** - A CONTRATADA executará os serviços previstos no contrato e fará sob a supervisão e orientação da Assessoria de Comunicação da Câmara Municipal de Caarapó/MS, que poderá estabelecer fluxo de trabalho que melhor atenda as necessidades do órgão, bem como diligenciará para que as produções e veiculações de matérias, imagens, entrevistas



não descumprem normas constitucionais e legais, notadamente ao controle da impessoalidade, não promoção pessoal de agentes políticos, servidores públicos e da moralidade administrativa.

**3.4** - 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, sejam realizados sob o caráter precípua de prestação de contas, informação institucional, cultural e educativa e da impessoalidade e não promoção pessoal.

**3.5** Toda e qualquer execução de serviços por parte da CONTRATADA somente poderá ocorrer após prévia e expressa aprovação da Câmara Municipal de Caarapó-MS.

**3.6** Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, VT, spot, filme, entre outros) ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis a qualquer tempo para Câmara Municipal de Caarapó-MS, que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação do serviço e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

**3.7** A Câmara Municipal de Caarapó-MS poderá se recusar a receber o produto licitado, caso esteja em desacordo com a proposta oferecida no Certame, circunstância esta que será devidamente registrada e que caracterizará a mora do adjudicatário.

**3.8** O recebimento do Objeto se efetivará em conformidade com o art. 140 § 1º, da Lei Federal 14.133/2021, pelo servidor responsável pelo órgão competente, após a verificação da qualidade, quantidade, características e especificações dos produtos.

#### **4 – DO LOCAL DA EXECUÇÃO**

**4.1** Os serviços serão executados na sede da CONTRATADA ou no município de Carapó-MS, conforme a demanda dos serviços.

#### **5 – DO CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

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

**5.2** O julgamento compreenderá a análise e pontuação dos documentos contidos nos invólucros da Proposta Técnica das licitantes, conforme as normas de julgamento que são apresentadas a seguir.

**5.3.** 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:

**5.3.1. - Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 70 (setenta) pontos no total).**

ITENS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
1 – Raciocínio Básico	Nota de 0 a 10, sendo:  0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação; b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE.
2 – Estratégia de Comunicação Publicitária	Nota de 0 a 25, sendo: 0 – não atende;  1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco  11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I briefing; b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público-alvo e a solução escolhida.
3 – Ideia Criativa	Nota de 0 a 25, sendo: 0 – não atende;  1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco  11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público-alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas de Governo; c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.
4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende  1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente;	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e



	7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.
--	--	--

### 5.3.2. - Conjunto de Informações (máximo de 30 (trinta) – pontos no total)

#### I - Capacidade de atendimento: (Máximo de 15 pontos)

ITENS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
1 – Principais Clientes	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3 – atende com excelência	a) Porte, tradição e conceito dos clientes do licitante; b) Conceito dos produtos e ou serviços dos clientes do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade.
2 – Qualificação técnica da equipe de profissionais.	Nota de 0 a 5 pontos	Conforme item 5.4.2.1, abaixo.
3 – Estrutura Física – instalações, infraestrutura e recursos materiais	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende bem; 3 – atende com excelência	Avaliação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.
4 – Sistemática do relacionamento entre a Prefeitura e a CONTRATADA	Nota de 0 a 4, sendo: 0 – Não atende; 1 a 2 – atende; 3 a 4 – atende com excelência.	Adequação da sistemática/ operacionalidade proposta pelo licitante, em sua solução (viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais formas que comprovem a capacidade de atendimento da empresa).

**5.3.2.1** A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante será avaliada com base na formação acadêmica e experiência desses profissionais exclusivamente e, áreas afetas ao objeto da presente licitação, sendo que a comprovação deverá ser feita pelo licitante, por meio do currículum vitae resumido de cada profissional, os quais devem ser apresentados por meio de cópia simples. Receberá no máximo, 5 (cinco) pontos, segundo as tabelas abaixo:

Formação Acadêmica	Sem Formação	Superior incompleto	Superior Completo	Pós-graduação na área
<b>Pontos</b>	0	1	2	3



Experiência Profissional na área	1 a 4 anos	4 a 8 anos	8 a 12 anos	> 12 anos
Pontos	1	2	3	4

## II - Repertório (máximo de 15 pontos)

	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
<b>1 – Cases (campanhas publicitárias)</b>	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	a) Consistência das relações de causa e efeito entre o desafio ou problema a ser resolvido e a solução proposta;  b) Evidência de planejamento da solução, bem como qualidade na execução das soluções;  c) Relevância dos resultados obtidos, com criatividade e clareza.
<b>2 – Peças isoladas</b>	Nota de 0 a 5, sendo: 0 – não atende 1 a 2 – atende pouco; 3 a 4 – atende bem 5 – Atende com excelência.	

**5.4.** A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

**5.5.** Na avaliação realizada pela Subcomissão Técnica, deverá existir a classificação: não atende, atende pouco, atende medianamente, atende bem ou atende com excelência, como parâmetro para as classificações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram.

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

SUBQUESTÃO	QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA POR QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
		1. Plano de Comunicação Publicitária	
	I. Raciocínio Básico	10 pontos	
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos	
	III. Ideia Criativa	25 pontos	



IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos	
	<b>TOTAL</b>	<b>70 pontos</b>
<b>2. Conjunto de Informações</b>		
I. Capacidade de Atendimento	15 pontos	
II. Repertório	15 pontos	
	<b>TOTAL</b>	<b>30 pontos</b>
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>		<b>100 pontos</b>

**5.7.** Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas para apresentação do Repertório e Experiência da empresa, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas.

**5.8.** A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

**5.9.** A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos.

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

**5.11.** Fica estabelecido que em havendo empate na pontuação atribuída à Proposta Técnica, será levado em consideração para o desempate a importância dos quesitos, na seguinte ordem: Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não Mídia, em permanecendo o empate, será realizado sorteio.

**5.12.** Persistindo o empate após a utilização dos critérios definidos, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada oportunamente e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

**5.13.** Será desclassificada a Proposta Técnica que obtiver pontuação zero em qualquer um



dos quesitos ou subquesitos.

**5.14.** Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro.

## **6 - DO CRITÉRIO PARA A PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**6.1.** - As Propostas de Preço das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas no edital e em seus anexos.

**6.2.** – A classificação das propostas de preço será feita mediante a aplicação do critério de julgamento do menor preço, considerando um máximo de 100 (cem) pontos.

**6.2.1.** Até 40 (quarenta) 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 e limitado a 40% - quarenta por cento - do valor da tabela).

**6.2.2.** Até 30 (trinta) pontos para os menores honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, nos termos do subitem 3.6.1 das Normas-Padrão (seis pontos para cada 1% de desconto sobre os 15% originais, até o limite de 5% de desconto).

**6.2.3.** Até 30 (trinta) pontos para menores honorários oferecidos quando a responsabilidade da mesma se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão (seis pontos para cada 1% de desconto sobre os 10% originais, até o limite de 5% de desconto).

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

**6.3.1.** 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. (Até 40 pontos)  
**A.1. Critério de desconto de 0 (zero) a 40 (quarenta)%, equivalendo 1 ponto a cada 1% de desconto. Ex: 0% = zero pontos; 10% = 10 pontos; 20% = 20 Pontos, e assim sucessivamente até 40% = 40 pontos.**



B – Honorários por serviços de terceiros (Até 30 pontos)

B.1. **Remuneração entre 10% a 15% (honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos).**

Honorários a serem aplicados	Pontos Concedidos	Total da Pontuação Auferida
15%	Zero ponto	Zero
14%	1 ponto	Seis
13%	2 pontos	Doze
12%	3 pontos	Dezoito
11%	4 pontos	Vinte e Quatro
10%	5 pontos	Trinta

C – Honorários por contratar e efetuar pagamento (Até 30 pontos)

C.1 **Remuneração entre 05% a 10% (honorários oferecidos quando a responsabilidade da mesma se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento).**

Honorários a serem aplicados	Pontos Concedidos	Total da Pontuação Auferida
10%	Zero ponto	Zero
9%	1 ponto	Seis
8%	2 pontos	Doze
7%	3 pontos	Dezoito
6%	4 pontos	Vinte e Quatro
5%	5 pontos	Trinta

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

**6.5.** – A Nota da Proposta de Preços (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 14.

**6.6.** – Serão desclassificadas as propostas que:

I - Não atenderem as disposições contidas no edital;

II - Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;

III- Apresentarem percentual de desconto superior a 40% (quarenta por cento) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO);

IV - Apresentarem percentual de honorários superiores a 15% (quinze por cento)



pertinentes a 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;

V - Apresentarem percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) incidente sobre os custos de contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos, quando a responsabilidade da agência se limitar exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço;

VI - Apresentarem percentuais fora dos limites constantes do Anexo "B" das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

## **7 - DA CLASSIFICAÇÃO FINAL**

**7.1.** - O cálculo da NOTA FINAL das propostas das licitantes será feito mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$NF = \frac{(NPT*6+NP*4)}{10}$$

NF = Nota Final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NP = Nota da Proposta de Preços

**7.2.** - A classificação final será realizada com base no valor da Avaliação Final, classificando-se em primeiro lugar a proponente que obtiver a maior média ponderada, em segundo lugar, a que obtiver a segunda maior média ponderada e, assim, sucessivamente.

**7.3.** - Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o montante por extenso; e se a licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.

**7.4.** - Não serão levadas em consideração vantagens não previstas no edital, nem ofertas de redução sobre a proposta que melhor atenda aos interesses da Administração Pública Municipal.

**7.5.** - Em caso de empate, a agência vencedora será aquela que tiver a maior nota técnica.

**7.6.** - A classificação das Propostas será feita em ordem decrescente dos números correspondentes às Notas Finais, sendo declarada vencedora a licitante mais bem classificada na nota final.

## **8. – DO TERMO DE CONTRATO OU INSTRUMENTO EQUIVALENTE**



**8.1.** - O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas, cronograma de atividades e demais disposições legais, respondendo cada uma pelas consequências de seu inadimplemento ou descumprimento, total ou parcial.

**8.2.** - Os casos omissos serão resolvidos de acordo com as normas de regência do certame.

**8.3.** - Todo o material produzido pela licitante vencedora e pago pela contratante será de propriedade da Câmara Municipal de Caarapó-MS, ficando sua utilização sujeita às determinações da legislação de direitos autorais.

**8.4.** - A empresa declarada vencedora será convidada a assinar o contrato o que deverá fazê-lo dentro de **03 (três) dias da convocação**.

**8.5.** - A Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) da quantidade inicialmente estimada.

**8.6.** - O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, prorrogável na forma do art. 106 da Lei Federal nº 14.133/2021.

**8.7.** A fiscalização e o acompanhamento da execução do objeto do contrato caberão ao(s) servidor(es) designados pela Secretaria Municipal de Finanças e Gestão.

## **9. – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

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

**9.1.1.** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

**9.1.2.** 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;

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

**9.1.4.** Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do Contrato;

**9.1.5.** Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

**9.1.6.** 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.

## **10. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**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 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 nº 12.232/10.

**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.** 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.

**10.1.5.4.** 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 do contrato.

**10.1.5.5.** 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.

**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 10 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior.

**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, 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.

**10.1.16.1.** 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 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.

**10.1.17.** 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 do Contrato.

**10.1.18.** 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.

**10.1.19.** 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).

## **11. DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

**11.1** - A Câmara Municipal de Caarapó-MS poderá investir em publicidade, através da agência vencedora desta licitação, até o valor máximo de R\$ 468.000,00 (Quatrocentos e Sessenta e Oito Mil Reais), incluídos quaisquer custos, internos ou externos, incluídos descontos, honorários e outros.

**11.2.** - Pelos serviços prestados, constantes no edital, a contratada será remunerada em forma prevista e especificada administrativamente, sendo que os pagamentos serão efetuados no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis após o recebimento definitivo dos serviços pela contratante.

**11.3.** - Para efeito de processamento dos pagamentos devido à contratada, a contratante exigirá apresentação de documentação fiscal própria emitida pela contratada, acompanhada de cópias das faturas de terceiros em geral e respectivos comprovantes, como também dos demonstrativos de despesas (Resumo de Custo) e respectivos comprovantes referentes à produção.



**11.4.** - O Preço dos trabalhos internos, como planejamento, criação e execução até a arte-final serão calculados através de descontos sobre os itens constantes na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul (Sinapro).

**11.5.** - Os serviços e os suprimentos externos terão os seus preços orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Contratada. O Contratante pagará à Contratadas honorários pertinentes a 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 ou quando a responsabilidade da Contratada se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

**11.6.** - 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 nº 4.680/65 e Norma-Padrão da Atividade Publicitária editada pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão.

**11.7.** Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA;

**11.8.** 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 resarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

**11.9.** 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.

**11.10.** Todo e qualquer serviço autorizado será pago no prazo máximo de **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 quitadas, emitidas pelos veículos e fornecedores.

**11.11.** - Para efeito de processamento dos pagamentos devido à contratada, a contratante exigirá apresentação de documentação fiscal própria emitida pela contratada, acompanhada de cópias das faturas de terceiros em geral e respectivos comprovantes, como também dos demonstrativos de despesas (Resumo de Custo) e respectivos comprovantes referentes à produção.

**11.12.** Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções.

**11.12.1.** Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não



apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

**11.13.** 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.

**11.14.** Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

**11.14.1.** Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamentos, serão de sua exclusiva responsabilidade.

**11.15.** Cada pagamento só será efetuado após a comprovação pela CONTRATADA de que se encontra em dia com suas obrigações para com o sistema de segurança social, mediante apresentação das **Certidões Negativas de Débito com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal, com o FGTS e Trabalhista**.

## **12. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**12.1.** - Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

12.1.1. der causa à inexecução parcial do contrato;

12.1.2. der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

12.1.3. der causa à inexecução total do contrato;

12.1.4. ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

12.1.5. apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

12.1.6. praticar ato fraudulento na execução do contrato;

12.1.7. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

12.1.8. praticar ato lesivo previsto no art.5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

12.1.9. entregar de objeto com vícios ou defeitos ocultos que o tornem impróprio ao uso a que é destinado, ou diminuam-lhe o valor ou, ainda, fora das especificações contratadas;

12.2. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à contratada as sanções previstas nos incisos I, III, III, IV do art. 156.

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

## **13. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**13.1.** As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta



Estado de Mato Grosso do Sul  
**CÂMARA MUNICIPAL DE CAARAPÓ**  
*Gabinete do Presidente*

CM CAARAPÓ-MS

Folha nº \_\_\_\_\_

dos recursos específicos por conta das seguintes dotações orçamentárias, e no exercício futuro as dotações que a substituir:

**01 CÂMARA MUNICIPAL**

01.01 Corpo Legislativo e secretaria da Câmara

3.3.90.39.88.00.00 (R56) SERVICOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

1500 Recursos não Vinculados de Impostos

Caarapó/MS, 19 de novembro de 2025.

**João Paulo Farias da Silva**  
**Vereador Presidente**