



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

### **1º ADENDO AO EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2025**

#### **PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 412/2025**

**OBJETO:** Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda, com o objetivo de executar, de forma integrada, atividades relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

A **Câmara Municipal de Brasilândia**, por intermédio de sua **Presidente**, no uso de suas atribuições legais e com fundamento na **Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021**, e na **Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010**, em razão de ajustes administrativos e técnicos, resolve expedir o presente **ADENDO AO EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2025**, para promover alterações no **Anexo II – Briefing da Campanha Publicitária** e na **data da sessão pública**..

#### **1. DA ALTERAÇÃO DO ITEM 9.0 – INVESTIMENTO DISPONÍVEL (ANEXO II – BRIEFING)**

##### **ONDE SE LÊ:**

“A disponibilidade de recursos estabelecida no Orçamento da Câmara de Vereadores é de **R\$ 13.500,00 (treze mil e quinhentos reais)** para a referida campanha.”

##### **LEIA-SE:**

“A disponibilidade de recursos estabelecida no Orçamento da Câmara de Vereadores é de **R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)** para a referida campanha.”

#### **2. DA ALTERAÇÃO DA DATA DA PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA**

**ONDE SE LÊ:** “Data da Primeira Sessão Pública: **26 de novembro de 2025**, às 10h (horário de Brasília).”

**LEIA-SE:** “Data da Primeira Sessão Pública: **17 de dezembro de 2025**, às 10h (horário de Brasília).”



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

A nova data observa o prazo mínimo de **35 (trinta e cinco) dias úteis**, em conformidade com a legislação vigente.

### **3. DAS DEMAIS DISPOSIÇÕES**

Permanecem **inalteradas** as demais cláusulas, condições, prazos e anexos constantes do edital e seus complementos.

### **4. DA DETERMINAÇÃO**

Fica determinada a **publicação** do presente Adendo, que passa a integrar o edital da Concorrência Presencial nº 01/2025 para todos os efeitos legais.

**Brasilândia/MS, 21 de outubro de 2025.**

**MARIA JOVELINA DA SILVA**

Presidente da Câmara Municipal de Brasilândia/MS

Processo  
Digital

A autenticidade deste documento pode ser conferida em  
<https://cmbras.processo.digital/autenticidade>, informando o código  
do documento **00030789** e chave de segurança **BB7 577 27F**.



Processo  
Digital

Documento assinado digitalmente por MARIA JOVELINA DA SILVA, Presidente, em  
21/10/2025, às 10:30, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do  
Mato Grosso do Sul.



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL 01/2025**

**CONTRATANTE CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA, ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**

**OBJETO** Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda, com o objetivo de executar, de forma integrada, atividades relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

**Fundamento Legal:** Lei Federal n. 12.232/2010, com complemento da Lei nº 14.133/2021 e suas alterações, combinado com a Lei Complementar 123/06, alterada pela Lei Complementar nº 147/2014 e Lei nº 4.680/65 e Decreto Federal nº 57.690/66.

**VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO R\$ 190.471,72 (CENTO E NOVENTA MIL, QUATROCENTOS E SETENTA E UM REAIS E SETENTA E DOIS CENTAVOS).**

**DATA DA PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA**

**Dia 26/11/2025 às 10h (horário oficial de Brasília)**

**CRITÉRIO DE JULGAMENTO:** Técnica e Preço

**MODO DE DISPUTA:** Fechado

**REGIME DE EXECUÇÃO:** Empreitada por preço global

**PREFERÊNCIA ME/EPP:** SIM

**COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO:** NOMEADA PELA PORTARIA N. 115/2025 - LEANDRO DOS SANTOS PINDAIBA – MATR. 19-1 PRESIDENTE, ANDERSON TIAGO COUTINHO DIAS - MART. 98-2 - MEMBRO, APARECIDA FÁTIMA DA CRUZ CANDIDO DA SILVA MATR. 04-1, MEMBRO.



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA MS**

**CONCORRÊNCIA Nº 01/2025**

(Processo Administrativo nº 412/2025)

Torna-se público que o(a) CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA, ESTADO DE MATO GROSSO SUL, por meio do(a) da sua COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO, sediado(a) Alameda Professor Arthur Hoffig, n. 1175, Jardim Camargo, Brasilândia, Estado de Mato Grosso do sul, realizará licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, na forma **PRESENCIAL**, do tipo **técnica e preço**, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, e demais legislação aplicável, conforme objeto descrito neste Edital e seus anexos, os quais estarão à disposição dos interessados. Os participantes deverão entregar os envelopes, na data designada para o certame.

A presente licitação reger-se-á pelas normas estabelecidas na Lei Federal n. 12.232 de 29 de abril de 2010, e complementada pelas leis n. 14.133/21 e alterações posteriores e Lei 4.680/65 em conformidade com a disposições deste Edital e seus Anexos.

Adota-se a forma presencial para esta licitação, cujas sessões públicas serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, na forma do disposto no art. 17 parágrafo 2º da lei 14133/21. A opção pela realização de forma presencial deste certame decorre e leva em consideração as especificidades da forma de apresentação das proposta técnicas, em que uma via do Plano de comunicação será apresentada de forma apócrifa para ser avaliada e julgada por subcomissão técnica especialmente composta, pelo que ainda não haverá garantias técnicas para que a via não identificada do Plano de Comunicação – caso fosse utilizada a forma eletrônica de apresentação das propostas – não seja identificada antecipadamente, podendo invalidar o próprio certame.

**DATA DA 1ª SESSÃO (ABERTURA E RECEPÇÃO DOS ENVELOPES DE PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇOS): 26/11/2025**

**HORÁRIO DE INÍCIO: 10h (HORÁRIO OFICIAL DE BRASÍLIA)**

**LOCAL: CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS – ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFFIG, N. 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

#### **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 e propaganda, com o objetivo de executar, de forma integrada, atividades relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

1.2. Os serviços de publicidade a serem contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, de patrocínio ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, bem como as de pesquisas de opinião que contém em seu bojo assuntos eleitorais e/ou políticos.

1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no item precedente os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de comunicação e divulgação, com entrega em espaços publicitários, aí incluídos as instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e divulgação, ou o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação e divulgação.

1.3. Compreende-se como agência de publicidade a empresa especializada na arte e na técnica publicitária, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.

1.4. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e a 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;

b) à produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

c) 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.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

1.5. A contratação citada no subitem 1.1 tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam a difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas ou informar e orientar o público em geral.

1.6. A agência contratada atuará por ordem e conta da Câmara Municipal de Brasilândia/MS, na contratação de:

- a) Veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaços 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.

1.7. A licitação será realizada em único item.

## **2. DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO**

2.1. Poderão participar deste certame os interessados cujo ramo de atividade seja compatível com o objeto da licitação.

2.2. Não poderão disputar esta licitação:

2.2.1 aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);

2.2.2 sociedade que desempenhe atividade incompatível com o objeto da licitação;

2.2.3 autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;

2.2.4 empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;

2.2.5 pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

2.2.6 aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

2.2.7 empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

2.2.8 pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;

2.2.9 Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;

2.2.10 Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme § 1º do art. 9º da Lei nº 14.133, de 2021.

2.3. O impedimento de que trata o item 2.10.5 será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

2.4. A critério da Administração e exclusivamente a seu serviço, o autor dos projetos e a empresa a que se referem os itens 2.10.3 e 2.10.4 poderão participar no apoio das atividades de planejamento da contratação, de execução da licitação ou de gestão do contrato, desde que sob supervisão exclusiva de agentes públicos do órgão ou entidade.

2.5. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico.

2.6. O disposto nos itens 2.10.3 e 2.10.4 não impede a licitação ou a contratação de serviço que inclua como encargo do contratado a elaboração do projeto básico e do projeto executivo, nas contratações integradas, e do projeto executivo, nos demais regimes de execução.

2.7. Em licitações e contratações realizadas no âmbito de projetos e programas parcialmente financiados por agência oficial de cooperação estrangeira ou por organismo financeiro internacional com recursos do financiamento ou da contrapartida nacional, não poderá participar pessoa física ou jurídica que integre o rol de pessoas sancionadas por essas entidades ou que seja declarada inidônea nos termos da Lei nº 14.133, de 2021.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

2.8. A vedação de que trata o item 2.2.10 estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

### **3. DO CREDENCIAMENTO**

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

3.1.1 No caso de titular da empresa licitante que comparecer ao local, deverá comprovar a representatividade por meio da apresentação de cédula de identidade ou outro documento de identificação oficial, acompanhado de: (1) registro comercial no caso de empresa individual, contrato social ou estatuto em vigor, no caso de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, dos documentos de eleição de seus administradores; (2) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício; (3) e ata de fundação e estatuto social em vigor, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, no caso de sociedades cooperativas. Nos documentos elencados devem constar expressos os poderes para exercerem direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;

3.1.2 Tratando-se de representante designado pela empresa licitante, devendo apresentar: instrumento particular de procuração ou documento equivalente, com poderes para se manifestar em nome da empresa licitante em qualquer fase da licitação, acompanhado de: documento de identificação oficial e do(s) documento(s) descrito(s) no inciso anterior para confirmação de poderes do outorgante.

3.2. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

3.3. Apresentação de Declaração de Pleno Atendimento aos requisitos exigidos neste edital, conforme Anexo IV.

3.4. Os documentos para o credenciamento, deverão ser apresentados fora dos envelopes que contém as Propostas Técnicas e de Preços e serão juntados ao processo.

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



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

3.6. As empresas interessadas que desejarem participar desta licitação deverão comparecer no dia, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital, para entregar à Comissão de Contratação os invólucros fechados e indevassáveis, conforme estabelecido neste edital.

3.7. As Microempresas e Empresas de Pequeno porte que desejam participar do certame devem apresentar, no ato do credenciamento, a documentação prevista acima, bem como Declaração informando que, no ano-calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, conforme Anexo V.

3.8. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões.

3.8.1 Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado o substabelecimento.

3.9. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.

#### **3.10. Da participação da microempresa e empresa de pequeno porte:**

3.10.1 As microempresas e as empresas de pequeno porte, além da documentação prevista nos itens anteriores, nos termos do art. 72 da Lei Complementar nº 123/06 e devido à necessidade de identificação pelo Presidente da Comissão de Contratação, deverão credenciar-se acrescidas das expressões “ME” ou “EPP” a sua firma ou denominação e apresentar a DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE (ANEXO V), assinada pelo seu proprietário ou sócios e contador responsável pela escrituração da empresa devidamente registrado no órgão Regulador (Conselho Regional de Contabilidade), acompanhada da Certidão Simplificada da Junta Comercial da sede da licitante.

3.10.2 A Declaração supracitada deverá ser apresentada fora dos envelopes (Essa Declaração deverá estar fora dos envelopes 1, 2, 3 e 4), a qual deverá ser entregue ao Presidente da Comissão de Contratação para que a empresa usufrua dos privilégios das Leis Complementares nº. 123/06 e alterações posteriores.

3.10.3 O credenciamento da licitante como Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) somente será procedido pelo(a) Presidente da Comissão de contratação se o interessado comprovar tal situação jurídica através da declaração supracitada.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

3.10.4 O descumprimento da lei, sem prejuízo das sanções cabíveis, não acrescentando ao nome credenciado as extensões “ME” ou “EPP”, significa renúncia expressa e consciente, desobrigando a Comissão de Contratação, dos benefícios da Lei Complementar nº 123/06 e alterações posteriores aplicáveis ao presente certame.

3.10.5 A responsabilidade pela comprovação de enquadramento como “ME” e “EPP” compete as empresas licitantes, representadas por seu proprietário ou sócios e pelo contador que, inclusive, se sujeitam a todas as consequências legais que possam advir de um enquadramento falso ou errôneo.

3.10.6 A falsidade da declaração prestada objetivando os benefícios da Lei Complementar nº 123/06 e alterações posteriores aplicáveis ao presente certame, caracteriza o crime de que trata o art. 299 do Código Penal, sem prejuízo do enquadramento em outras figuras penais e da sanção prevista no edital.

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

4.1. As Propostas Técnicas e a Proposta de Preços deverão ser apresentadas à Comissão de Contratação em invólucros distintos e separados, nas condições estabelecidas nos itens 4.2 e 4.3 respectivamente, e deverão ser apresentados e identificados conforme as informações abaixo.

4.2. A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) invólucros distintos, a saber:

4.2.1 Invólucro n.º 1: Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA – fornecido pela CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS.

4.2.1.1. O invólucro será padronizado e deverá ser retirado pela interessada no horário das 08H às 13H (HORÁRIO DE OFICIAL DE BRASÍLIA), no endereço citado no preâmbulo deste Edital, junto à Comissão de Contratação, no período de até 3 (três) dias úteis antes da data marcada para abertura do procedimento licitatório.

4.2.1.2. O invólucro padronizado somente será retirado mediante solicitação formal (requerimento) do interessado, podendo, ainda, a solicitação ser realizada através do endereço eletrônico: [compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br).

4.2.1.3. O invólucro deverá ser apócrifo, sem lacre/fechamento, sem rubrica e sem nenhuma identificação do proponente, inclusive marca, sinal, estar danificado ou deformado, conter etiqueta ou outro elemento, que, por si só, identifique a licitante.

4.2.1.4. O Plano de Comunicação Publicitária - VIA NÃO IDENTIFICADA (Invólucro nº 01) deverá conter:



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

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

4.2.1.5. Este invólucro não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2, conforme previsto no art. 6º, inciso IV, da Lei 12.232/10.

4.2.1.6. A Comissão de Contratação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária - VIA NÃO IDENTIFICADA se estiver acondicionado no Invólucro nº 1, que fora fornecido pela própria Comissão.

4.2.1.7. O Plano de Comunicação Publicitária - VIA NÃO IDENTIFICADA deverá ser redigido em conformidade com o previsto no Anexo III.

4.2.1.8. 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.

4.2.2        Invólucro n.º 2: Plano de Comunicação Publicitária – VIA IDENTIFICADA – deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE  
BRASILÂNDIA/MS

INVÓLUCRO Nº 2 PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO  
PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA (RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE  
COMUNICAÇÃO, PUBLICIDADE E ESTRATÉGIA DE MÍDIA)

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 01/2025

4.2.2.1. O Invólucro nº 2 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.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

4.2.2.2. O Plano de Comunicação Publicitária – VIA IDENTIFICADA, sem os exemplos de peças que ilustram a “Ideia Criativa”, deverá constituir-se em 01 (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.

4.2.3 Invólucro n.º 3: Conjunto de Informações – deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS.

INVÓLUCRO Nº 3 CONJUNTO DE INFORMAÇÕES: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 01/2025

4.2.3.1. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento e o Repertório, de que tratam os subitens 6.5.2.1 e 6.5.2.2, respectivamente.

4.2.3.2. O Invólucro nº 3 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.

4.2.3.3. Não poderá conter nenhuma marca ou sinal, etiqueta ou outro indicativo que conste do Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA (Invólucro nº 1) que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS

INVÓLUCRO N.º 4 PROPOSTA DE PREÇO

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 01/2025

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

4.3.2 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 IV, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.3.3 O invólucro não poderá ter informação, marca ou sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA e possibilite a identificação da autoria deste.

4.4. Todos os conjuntos dos documentos e as 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.

4.5. Os documentos e as 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**

5.1. A Proposta Técnica deverá seguir exatamente conforme o disposto no ANEXO III deste Edital, sendo que, em caso de divergência com outro instrumento, prevalecerá sempre o requerido no ANEXO III, onde consta o Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no briefing (ANEXO II) e o Conjunto de Informações referentes à licitante.

5.2. A Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação da licitante para a execução do objeto desta licitação. A



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

não apresentação de qualquer documento exigido neste edital, ou em desconformidade com as regras deste, ensejará a desclassificação da proposta.

5.3. Todos os conteúdos deverão estar em língua portuguesa, salvo quanto aos termos técnicos de uso corrente, sem emendas, ressalvas ou rasuras, com páginas numeradas sequencialmente.

5.4. A Proposta Técnica consiste na apresentação dos quesitos, conforme especificações constantes do Anexo III.

5.5. A Proposta Técnica - correspondente aos invólucros 1, 2 e 3 – deverá ser elaborada em estrita observância às condições indicadas no BRIEFING – ANEXO II e deverá ser apresentada em 3 (três) invólucros distintos, conforme descrito no item 4.2.

## **6. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

6.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas pela Subcomissão Técnica, sendo que seus membros não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços, conforme dispõe o art. 11, § 1º, da Lei nº. 12.232/10.

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

6.3. Para efeitos deste edital, será desclassificada a Proposta Técnica que não atingir, pelo menos, 70 (setenta) pontos.

6.4. 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 proposta.

6.5. 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:

6.5.1 Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 70 (setenta) pontos no total):

6.5.1.1. Raciocínio básico - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:

a) A precisão na compreensão das características, funções e do papel da CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS nos contextos social, político e econômico;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

b) A adequada compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações da CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS com seus públicos, bem como das atividades relevantes para a comunicação publicitária;

c) A assertividade na análise do desafio de comunicação e dos objetivos expressos no briefing.

6.5.1.2. Estratégia de comunicação publicitária - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:

a) A adequação do conceito proposto à natureza institucional da CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS e ao desafio de comunicação, bem como o potencial de desdobramentos positivos;

b) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito;

c) A adequação, estruturação e viabilidade de execução da estratégia de comunicação proposta;

d) A articulação entre os elementos da comunicação publicitária, os públicos-alvo, os objetivos de comunicação, o desafio apresentado e os recursos disponíveis.

6.5.1.3. Ideia criativa - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:

a) A adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação, considerando sua exequibilidade nas peças e/ou materiais apresentados;

b) O alinhamento da ideia com a estratégia de comunicação proposta;

c) A combinação dos elementos criativos, simplicidade da apresentação e adequação da linguagem aos meios e públicos sugeridos;

d) O potencial de desdobramentos comunicacionais e a capacidade de gerar interpretações favoráveis, conforme demonstrado nos exemplos apresentados;

e) A pertinência da proposta às atividades de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS, considerando o contexto social, político e econômico.

6.5.1.4. Estratégia de mídia e não mídia - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

- a) O conhecimento demonstrado sobre os hábitos de consumo de mídia dos públicos-alvo e a capacidade analítica na interpretação desses dados;
- b) A consistência do plano simulado de distribuição das peças de mídia;
- c) A economicidade da aplicação dos recursos e otimização da veiculação;
- d) A adequação e a eficiência do uso de recursos próprios de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS.

6.5.2 Conjunto de Informações, máximo de 30 (trinta) pontos no total, relativos a:

6.5.2.1. Capacidade de Atendimento (máximo de 17 (dezessete) pontos), relativos a:

6.5.2.1.1. Principais Clientes – até 3 (três) pontos, avaliando:

- a) O porte, tradição e conceito dos clientes atualmente atendidos pelo licitante;
- b) A relevância dos produtos e/ou serviços dos clientes no mercado ou na sociedade.

6.5.2.1.2. Qualificação Técnica da Equipe/Profissionais – até 7 (sete) pontos, avaliando da seguinte forma:

| Formação profissional            | Sem formação | Superior incompleto | Superior Completo | Pós graduação na área |
|----------------------------------|--------------|---------------------|-------------------|-----------------------|
| Pontos                           | 0            | 1                   | 2                 | 3                     |
|                                  |              |                     |                   |                       |
| Experiência profissional na área | 1 a 4 anos   | 5 a 8 anos          | 9 a 12 anos       | Acima de 12 anos      |
| Pontos                           | 1            | 2                   | 3                 | 4                     |

6.5.2.1.3. Estrutura Física (Instalações, Infraestrutura e Recursos Materiais) – até 3 (três) pontos, avaliando:



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

a) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponibilizados para execução do contrato.

6.5.2.1.4. Sistemática de Relacionamento com a CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS – até 4 (quatro) pontos, avaliando:

a) A adequação da sistemática/operacionalidade proposta, considerando sua viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais evidências da capacidade de atendimento da empresa.

6.5.2.2. Repertório (máximo de 13 (treze) pontos no total), relativos a:

6.5.2.2.1. Relatos de Cases – até 9 (nove) pontos, considerando:

a) A coerência e a lógica na apresentação do relato;

b) A evidência de planejamento publicitário nas ações desenvolvidas;

c) A consistência das relações de causa e efeito entre os problemas identificados e as soluções propostas;

d) A relevância dos resultados obtidos e apresentados.

6.5.2.2.2. Peças Isoladas – até 4 (quatro) pontos, considerando:

a) A criatividade da ideia apresentada e sua pertinência ao contexto;

b) A clareza na exposição das peças;

c) A qualidade técnica da execução e do acabamento gráfico/visual.

6.5.3. Os critérios de avaliação técnica e as respectivas equivalências de pontuação aplicáveis ao quesito “Conjunto de Informações” e seus subquesitos encontram-se devidamente discriminados no Termo de Referência, parte integrante e indissociável deste edital, devendo ser integralmente observados pela Subcomissão técnica.

6.6. A Nota da Proposta Técnica (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o subitem 8.11 deste edital.

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

6.7.1 A exequibilidade das peças;

6.7.2 A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

6.8. A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos quesitos relacionados no subitem 6.5.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

6.9. 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 neste Edital.

6.9.1 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.

6.10. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal.

6.11. As propostas que obtiverem nota igual ou superior a 70 (setenta) pontos serão classificadas em ordem decrescente, a partir da que acumular maior pontuação.

6.12. Divulgada a classificação da Proposta Técnica e expirado o prazo recursal, serão designados, em publicação no Diário Oficial dos municípios do Estado de Mato Grosso do Sul - Assomasul, dia e hora para abertura dos invólucros nº 04, contendo as Propostas de Preços das Licitantes classificadas tecnicamente.

## **7. DA PROPOSTA DE PREÇOS**

7.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo VI deste Edital e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.2. A execução dos serviços a serem realizados será remunerada, originalmente, na forma abaixo, levando-se em consideração os eventuais descontos e repasses concedidos pelas licitantes, na forma apresentada na Proposta de Preços.

7.3. A Proposta de Preços será apresentada mediante preenchimento da política de preços adotada pela licitante (ANEXO VI) das parcelas sujeitas à valoração, e deverá ser apresentada conforme descrito nos subitens 7.3.1 e 7.3.2 abaixo descritas, compreendendo:



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

7.3.1 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);

7.3.2 Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa – serviços de terceiros: taxa de Agência pela remuneração de 10% a 15% sobre o custo de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados.

7.4. Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos veículos serão remunerados à Agência vencedoras mediante o “desconto padrão” de 20% de acordo com o Parágrafo Único do art. 11, da Lei nº 4.680/65 e subitem 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editada pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão.

7.5. Não haverá repasse para a CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS sobre o “desconto de agência” pago pelos Veículos de Comunicação à Agência, tendo em vista o valor do contrato e os valores instituídos no Anexo B, instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

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

7.7. Os valores 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.

7.8. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

7.9. Caso o prazo de validade da proposta preços previsto no item acima venha a expirar até a data de realização da sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação poderá realizar diligências necessárias à resolução da mencionada falta, nos termos do § 2º, do art. 59, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar validade da proposta vencida.

7.10. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros, com as Proposta de Preços, ou antes do encerramento do certame, será desclassificada.

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

8.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010, e dos Artigos 33, 34



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

e 35, da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.

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

8.3. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a execução do contrato.

8.4. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o preço por extenso.

8.5. O desconto sobre a tabela de custos internos, desenvolvida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul, é item de pontuação, conforme consta a seguir:

8.5.1 Até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela 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).

8.6. Os honorários sobre o preço faturado pelos fornecedores de produção também é item de pontuação, conforme delimitado a seguir:

8.6.1 Até 40 (quarenta) 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 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

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

8.7.1 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 indicados nos custos internos e na tabela Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul. |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

| PERCENTUAL DE DESCONTO | CRITÉRIO                  | PONTUAÇÃO AFERIDA (SIMULAÇÃO MÁXIMA) |
|------------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| 0% a 10%               | 0 pontos                  | 00                                   |
| 11% a 30%              | 1% de desconto = 1 ponto  | 20                                   |
| 31% a 50%              | 1% de desconto = 2 pontos | 40                                   |
|                        |                           | 60                                   |

b) Remuneração por serviços de terceiros.

| Remuneração entre 10% e 15% de honorários |           |                                      |
|-------------------------------------------|-----------|--------------------------------------|
| PERCENTUAL DE TAXA DE COBRANÇA            | CRITÉRIO  | PONTUAÇÃO AFERIDA (SIMULAÇÃO MÁXIMA) |
| 15%                                       | 0 ponto   |                                      |
| 14%                                       | 24 pontos |                                      |
| 13%                                       | 28 pontos |                                      |
| 12%                                       | 32 pontos |                                      |
| 11%                                       | 36 pontos |                                      |
| 10%                                       | 40 pontos | Até 40                               |
| SUBTOTAL                                  |           | 40                                   |
| TOTAL MÁXIMO DE PONTOS                    |           | 100                                  |



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

8.8. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo sido julgados os recursos porventura interpostos, ou havendo desistência dos mesmos, a Comissão de Contratação elaborará relatório e parecer conclusivo, com o resultado da fase de propostas.

8.9. A Nota da Proposta de Preços (total da pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 8.11.

8.10. Serão desclassificadas as propostas que:

8.10.1 Não atenderem as disposições contidas neste edital;

8.10.2 Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado e que contenham qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

8.11. Da Nota Final:

8.11.1 A Comissão de Contratação considerará vencedoras desta licitação as propostas que obtiverem pontuações iguais ou superiores a 70 (setenta) pontos na Nota Final, calculada através da soma da Nota Final da Proposta Técnica com a Nota Preço, conforme seguinte critério:

a) Critério para a pontuação final:

8.11.2 .a.1. As Notas da Proposta Técnica (NPT) terão peso 7 (sete) e as Notas Proposta de Preços (NPP) terão peso 3 (três) sendo vencedoras as licitantes que obtenham as maiores notas médias ponderadas, de acordo com a seguinte fórmula:

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

10

Sendo:

NMP = Nota Média Ponderada

NPT = Nota Proposta Técnica

NPP = Nota Proposta de Preço

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



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

8.12. 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. Conjunto de Informações - subquestos 1 – capacidade de atendimento (Principais Cliente, Qualificação técnica; Estrutura física, Sistemática do relacionamento entre o município de Brasilândia-MS e a contratada) e,
- f. Conjunto de informações – subquestos 2 - Repertório (Relato de Case e Peças Isoladas).

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

## **9. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

9.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

9.2. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de nenhuma licitante ser habilitada, o que requer a convocação novamente de todas as classificadas.

9.3. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA  
INVÓLUCRO N.º 5 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO  
NOME EMPRESARIAL DA LICITANTE CNPJ/MF:



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

CONCORRÊNCIA N.º 01/2025

9.4. O Invólucro nº 5 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.

9.5. Os documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

9.5.1 em via original; ou sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

9.5.2 em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

9.5.3 em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão de Contratação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

9.6. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram no Edital.

9.7. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

9.8. Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação da Licitante detentora da proposta classificada em primeiro lugar, o (a) Presidente da Comissão verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

9.8.1 Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União ([www.portaldatransparencia.gov.br/ceis](http://www.portaldatransparencia.gov.br/ceis))

9.8.2 Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portalttransparencia.gov.br/sancoes/cnep>).

9.8.3 A consulta aos cadastros será realizada no nome e CNPJ da empresa Licitante.

9.9. Constatada a existência de sanção, a Comissão de Contratação reputará inabilitada a Licitante, por falta de condição de participação.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

9.10. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista a seguir:

#### **9.10.1 Habilitação Jurídica**

9.10.1.1. Empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

9.10.1.2. Microempreendedor Individual - MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>;

9.10.1.3. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

9.10.1.4. Sociedade empresária estrangeira: portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020.

9.10.1.5. Sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

9.10.1.6. Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária: inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz

9.10.1.7. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

#### **9.10.2 Habilitação fiscal, social e trabalhista**

9.10.2.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas.

9.10.2.2. 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



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

9.10.2.3. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

9.10.2.4. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

9.10.2.5. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

9.10.2.6. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos Municipais, relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

9.10.2.7. O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

#### **9.10.3.1 Qualificação econômico-financeira**

9.10.3.2 Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, caput, inciso II)

9.10.3.3 Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando: Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);

9.10.3.4 As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura; e

9.10.3.5 Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

9.10.3.6 Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

- 9.10.3.7 As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).
- 9.10.3.8 O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

#### **9.11. Qualificação Técnica**

9.11.1 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 Concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no objeto.

9.11.1.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

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

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

#### **9.11.2 Declarações**

9.11.2.1. Declaração formal da licitante comprometendo-se a não repassar a CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS, qualquer encargo tributário, fiscal ou trabalhista decorrente da execução do contrato.

9.11.2.2. Declaração de que os pagamentos realizados pela CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA/MS à agência licitante, bem como aos fornecedores e veículos de comunicação, serão feitos somente após a entrega efetiva dos serviços e/ou da comprovação da veiculação, mediante apresentação de documentos comprobatórios expedidos pelos setores requisitantes da Administração.

9.11.2.3. Declaração Unificada, conforme ANEXO VII.

9.12. Toda a documentação das licitantes deverá estar em plena vigência na data de abertura do certame, inclusive aqueles referentes à Habilitação. Os documentos solicitados deverão estar com prazo de validade vigente.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

9.13. Se, entretanto, algum não constar o prazo de vigência, será considerado como sendo até 90 (noventa) dias, contados da data de sua emissão, a exceção de atestado de capacidade técnica que não serão objeto de aferição quanto a esse aspecto.

9.14. 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.

9.15. 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.

9.16. Os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, ressalvado o item “a” do tópico de Qualificação Técnica (9.10.3) e todos aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

## **10.DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

10.1. A Comissão de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no Edital.

10.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

10.3. Na análise dos documentos de habilitação, a Comissão de Contratação poderá sanar erros ou falhas, que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante decisão fundamentada, registrada em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes eficácia para fins de habilitação e classificação.

## **11.DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

11.1. Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 da Lei n.º 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

11.3. Os membros da Subcomissão técnica já foram sorteados e a relação deles consta da Portaria nº 134/2025.

11.4. A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras busquem atingir as finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei Federal nº 14.133/2021.

11.5. Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.

## **12. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS**

12.1. A reunião de licitação será realizada em 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação

**12.1.1** Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação, serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 3 deste edital.

12.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.

12.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

12.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

12.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta)



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

#### **12.8. PRIMEIRA SESSÃO**

**12.8.1** A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

**12.8.1.1.** identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) neste edital;

**12.8.1.2.** apresentação, à Comissão, dos invólucros nºs 1, 2, 3 e 4.

**12.8.1.3.** exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;

**12.8.1.4.** rubrica no fecho dos invólucros nºs 2 e 4 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;

**12.8.1.5.** conferência em relação aos envelopes nº 1, quanto à existência, em sua parte externa, de quaisquer menções ou elementos que identifiquem a (s) empresa (s) licitante (s), ocorrência que impedirá a Comissão de receber seus demais envelopes.

**12.8.1.6.** abertura dos invólucros nos 1 e 3.

**12.8.2** Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, não será permitido o recebimento de nenhum outro invólucro, documento ou embalagem.

**12.8.3** O invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

- a) não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação das licitantes antes da abertura do invólucro nº 2;
- b) não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**12.8.4** O não recebimento do invólucro nº 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

**12.8.5** A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

**12.8.6** A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

**12.8.7** Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros nºs 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**12.8.8** Abertos os invólucros nºs 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

**12.8.9** A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nos. 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

**12.8.9.1.** encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

**12.8.9.2.** análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

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

**12.8.9.4.** encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

**12.8.9.5.** análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

**12.8.9.6.** elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

## **12.9. SEGUNDA SESSÃO**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

**12.9.1** Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nºs. 1 e 3), as respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública, que terá a seguinte pauta básica:

**12.9.1.1.** identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

**12.9.1.2.** abertura do receptáculo contendo o invólucro nº. 2;

**12.9.1.3.** abertura e rubrica do conteúdo do invólucro nº 2;

**12.9.1.4.** cotejo das vias não identificadas (invólucro n. 1) com as vias identificadas (invólucro n. 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

**12.9.1.5.** elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e, separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;

**12.9.1.6.** proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

**12.9.1.7.** adoção dos procedimentos previstos no subitem 8.12, em caso de empate.

**12.9.1.8.** informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 13 deste Edital, salvo desistência de todas as licitantes participantes.

#### **12.10. TERCEIRA SESSÃO**

**12.10.1** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão convocará as licitantes para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

**12.10.1.1.** identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

**12.10.1.2.** abertura dos invólucros nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;

**12.10.1.3.** julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

**12.10.1.4.** declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, as licitantes mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;

**12.10.1.5.** informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 13 deste Edital, salvo desistência de todas as licitantes participantes.

#### **12.11. QUARTA SESSÃO**

**12.11.1** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

**12.11.1.1.** identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

**12.11.1.2.** recebimento e abertura do invólucro n. 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;

**12.11.1.3.** análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

**12.11.1.4.** decisão da Comissão de Contratação quanto à habilitação ou inabilitação do licitante classificado no julgamento final das propostas;

**12.11.1.5.** informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação do proponente habilitado **ou** inabilitado, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 15 deste Edital, salvo desistência de todas as licitantes participantes.

**12.11.2** Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas, ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 10 (dez) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

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

**12.11.4** Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

### **13. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

13.1. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da respectiva ata, em petição escrita, dirigida à autoridade competente da Câmara Municipal de Brasilândia/MS, por intermédio da Comissão de Contratação, protocolizada no Protocolo Central da Câmara Municipal de Brasilândia/MS, localizada na **Alameda Prof. Arthur Hoffig, n. 1175, Jardim Camargo, na cidade de Brasilândia/MS**, de segunda a sexta-feira, das **08h às 13h (horário Oficial de Brasília)**.

13.2. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a ser indicado pela Comissão de Contratação.

13.3. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão contrarrazoá-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

13.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

13.5. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Contratação, motivadamente e se houver interesse para a Câmara Municipal de Brasilândia/MS atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

### **14. DO TERMO DE CONTRATO**

14.1. O contrato deverá ser assinado pelas licitantes declaradas vencedoras do certame, no prazo de **10** (dez) dias úteis, contados a partir da data de convocação da Câmara Municipal de Brasilândia/MS, sob a pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas no Artigo 90, § 5º, da Lei Federal nº 14.133/2021 e alterações subsequentes.

14.2. O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado, por igual período, por solicitação justificada da Adjudicatária e aceita pela Administração.

14.3. A agência vencedora não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços.

14.4. As cláusulas e condições contratuais, inclusive as sanções por descumprimento das obrigações serão aquelas previstas no Termo de Referência e neste respectivo Edital, fazendo lei entre as partes as disposições aqui previstas.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

14.5. As obrigações das partes estão inseridas neste Edital e seus anexos, bem como no Anexo IX – Minuta do Contrato.

14.6. Na assinatura do contrato ou instrumento equivalente será exigida a comprovação das condições de habilitação e contratação consignadas neste Edital, que deverão ser mantidas pelo fornecedor durante a vigência do contrato.

## **15. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES**

15.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

15.1.1 deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo/a pregoeiro/a durante o certame;

15.1.2 Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não manter a proposta em especial quando:

15.1.2.1. não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;

15.1.2.2. recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

15.1.2.3. pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou

15.1.2.4. deixar de apresentar amostra;

15.1.2.5. apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;

15.1.3 não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

15.1.3.1. recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;

15.1.4 apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação

15.1.5 fraudar a licitação

15.1.6 comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

15.1.6.1. agir em conluio ou em desconformidade com a lei;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

15.1.6.2. induzir deliberadamente a erro no julgamento;

15.1.6.3. apresentar amostra falsificada ou deteriorada;

15.1.7 praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação

15.1.8 praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

15.2. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

15.2.1 Advertência;

15.2.2 multa;

15.2.3 impedimento de licitar e contratar e

15.2.4 declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

15.3. Na aplicação das sanções serão considerados:

15.3.1 a natureza e a gravidade da infração cometida.

15.3.2 as peculiaridades do caso concreto

15.3.3 as circunstâncias agravantes ou atenuantes

15.3.4 os danos que dela provierem para a Administração Pública

15.3.5 a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

15.4. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 03 (três) dias úteis, a contar da comunicação oficial.

15.4.1 Para as infrações previstas nos itens 15.1.1, 15.1.2 e 15.1.3, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

15.4.2 Para as infrações previstas nos itens 15.1.4, 15.1.5, 15.1.6, 15.1.7 e 15.1.8 a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

15.5. 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.

15.6. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

15.7. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 15.1.1, 15.1.2 e 15.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

15.8. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 15.1.4, 15.1.5, 15.1.6, 15.1.7 e 15.1.8, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 15.1.1, 15.1.2 e 15.1.3 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.

15.9. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item 15.1.3, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação.

15.10. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

15.11. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

15.12. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

15.13. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

15.14. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

#### **16. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO**

16.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133, de 2021, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data da abertura do certame.

16.2. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgado em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

16.3. A impugnação e o pedido de esclarecimento poderão ser realizados por forma eletrônica, pelos seguintes meios: e-mail: [compras@cmbras.ms.gov.com](mailto:compras@cmbras.ms.gov.com).

16.4. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame.

16.5. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pela comissão de contratação, nos autos do processo de licitação.

16.6. Cabe às licitantes interessadas indicarem e-mail para recebimento da resposta e confirmar o recebimento da mesma.

16.7. As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta serão comunicadas aos interessados que o retiraram e divulgadas pela mesma forma que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.

16.8. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

16.9. Se a impugnação ao edital e/ou pedido de esclarecimento for reconhecida e julgada procedente, serão corrigidos os vícios e uma nova data será designada pela Administração, para a realização do certame, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar o recebimento das Propostas Técnica e de Preço.

#### **17. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

17.1. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação em contrário, pela Comissão de Contratação.

17.2. Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário oficial de Brasília.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

- 17.3. A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.
- 17.4. As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.
- 17.5. Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Administração não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
- 17.6. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.
- 17.7. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.
- 17.8. Em caso de divergência entre disposições deste Edital e de seus anexos ou demais peças que compõem o processo, prevalecerá as deste Edital.
- 17.9. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e no portal da transparência da Câmara Municipal, endereço eletrônico <http://portal.brasilandia.ms.gov.br:8079/transparenciacm/>, bem como o Aviso de Licitação será publicado no Diário Oficial da Associação dos Municípios de Mato Grosso do Sul – Assomasul, <https://www.diariooficialms.com.br/assomasul>.

**Parágrafo Único** – Considerando o disposto no §1º do art. 54 e no §2º do art. 175 da Lei nº 14.133/2021, considerando que, no Município de Brasilândia/MS, não existe veículo de imprensa classificado como jornal diário de grande circulação local, razão pela qual não haverá publicação em jornal de grande circulação, uma vez que tal providência se mostra inviável no contexto local. Assegura-se, entretanto, a ampla publicidade do certame por meio das publicações no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, no site institucional da Câmara Municipal e no Diário Oficial da Associação dos Municípios de Mato Grosso do Sul – ASSOMASUL, em conformidade com a legislação vigente

- 17.10. Integram este Edital, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:

17.10.1 Anexo I - Termo de Referência

17.10.1.1. Apêndice do Anexo I – Estudo Técnico Preliminar

17.10.2 Anexo II – Briefing

17.10.3 Anexo III - Conteúdo da Proposta Técnica



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

- 17.10.4 Anexo IV – Modelo de Declaração de Pleno Atendimento
- 17.10.5 Anexo V – Modelo de Declaração de Enquadramento como ME/EPP
- 17.10.6 Anexo VI - Modelo de Proposta de Preços
- 17.10.7 Anexo VII - Declaração Unificada
- 17.10.8 Anexo VIII - Minuta de Contrato
- 17.10.9 Anexo IX - Planilha Individual De Avaliação Da Proposta Técnica
- 17.10.10 Anexo X - Planilha Geral De Avaliação Da Proposta Técnica
- 17.10.11 Anexo XI - Planilha De Avaliação Da Proposta De Preços
- 17.10.12 Anexo XII - Tabela De Custos Referenciais Para Serviços De Publicidade (Custos Internos) Vigentes Em 2025.

## **18. DA HOMOLOGAÇÃO**

18.1 Após o decurso do prazo recursal e o julgamento final das propostas e da habilitação, o procedimento licitatório será submetido à autoridade competente para homologação, conforme previsto no inciso VII do art. 17 da Lei nº 14.133/2021.

Brasilândia/Ms, 29 de setembro de 2025.

**MARIA JOVELINA DA SILVA**  
**Presidente**



Documento autenticado via usuário e senha, por LEANDRO DOS SANTOS PINDAIBA, Assessor Legislativo, em 29/09/2025, às 08:35, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul

Documento assinado digitalmente por MARIA JOVELINA DA SILVA, Presidente, em 29/09/2025, às 13:15, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul.

Ciente por ANDERSON TIAGO COUTINHO DIAS, Assessor Legislativo, em 30/09/2025, às 07:27, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul



# **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

## **TERMO DE REFERÊNCIA**

### **1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO**

1.1. Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda, com o objetivo de executar, de forma integrada, atividades relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, nos termos da tabela abaixo, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

| ITEM | ESPECIFICAÇÃO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | UN    | QUANT | VALOR ESTIMADO - ANO |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|----------------------|
| 1    | Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda, com o objetivo de executar, de forma integrada, atividades relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação. | Meses | 12    | R\$ 190.471,72       |

1.2. O(s) serviço(s) objeto desta contratação não se caracteriza como bem de luxo, conforme definido pelo Decreto nº 10.818, de 27 de setembro de 2021, uma vez que se trata de serviço essencial ao cumprimento das atividades de comunicação institucional da Câmara Municipal.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

1.3. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, contados da assinatura do contrato, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

1.4. O serviço é enquadrado como continuado tendo em vista suas características e natureza de necessidade permanente.

1.5. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

### **2.0. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

2.1 A fundamentação e a descrição da necessidade da contratação se encontram pormenorizados em tópico específico dos Estudo Técnicos Preliminares apêndice deste documento.

2.2. O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual 2025, conforme detalhamento a seguir:

- I) ID PCA no PNCP: 93
- II) Data de publicação no PNCP: 30/11/2024;
- III) Id do item no PPA: 15410152000130-0-000001/2025;

### **3.0. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO**

3.1. A descrição da solução como um todo se encontra pormenorizada em tópico específico dos Estudo Técnicos Preliminares apêndice deste documento.

### **4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

4.1. A presente licitação, na modalidade Concorrência, tem por objeto a contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo um conjunto de atividades integradas que envolvem o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias, direcionadas ao público de interesse da Câmara Municipal de Brasilândia/MS.

4.2. Também fazem parte da contratação, como atividades complementares, os serviços especializados relacionados:

4.2.1. Ao planejamento e execução de pesquisas e instrumentos de avaliação e geração de conhecimento vinculados à execução contratual;

4.2.2. À produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, tanto em mídia quanto em não mídia, desenvolvidos no âmbito do contrato;

4.2.3. À criação e implementação de soluções inovadoras de comunicação publicitária, com foco na ampliação dos efeitos das campanhas, utilizando novas tecnologias.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

4.3. A contratação tem como objetivo central a promoção do princípio da publicidade e do direito à informação, por meio da difusão de ideias, programas, ações institucionais e políticas públicas de interesse da Câmara Municipal, visando informar, orientar e engajar a população.

4.4. O planejamento estratégico deverá contemplar ações em meios tradicionais (off-line) e digitais (on-line), com a definição de indicadores e métricas que permitam a mensuração e otimização dos resultados obtidos com as campanhas.

4.5. As pesquisas e demais instrumentos de avaliação terão como finalidades:

4.5.1. Produzir conhecimento sobre o público-alvo, o mercado e os meios adequados para veiculação das campanhas;

4.5.2. Avaliar a pertinência estratégica, a qualidade criativa e a adequação das mensagens;

4.5.3. Medir os resultados das ações publicitárias, sendo vedada a inclusão de conteúdos que não estejam diretamente relacionados ao objeto do contrato.

4.6. Ficam excluídas da contratação atividades como promoção, patrocínio, relações públicas, assessoria de comunicação e imprensa, bem como realização de eventos festivos.

4.7. Ressalta-se que não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação de mídia em plataformas ou veículos de comunicação, tampouco o patrocínio de transmissões de eventos culturais, esportivos ou de entretenimento, desde que comercializados como espaço publicitário.

4.8. O certame seguirá o rito da Lei nº 12.232/2010, observando, no que couber, a Lei nº 14.133/2021, sendo composto por cinco envelopes:

1. Envelope 1 (não identificado): Plano de Comunicação Publicitária;
2. Envelope 2 (identificado): Mesmo Plano, a ser aberto após identificação das empresas;
3. Envelope 3: Documentação de qualificação técnica da empresa quanto à capacidade de atendimento;
4. Envelope 4: Proposta de Preço;
5. Envelope 5: Documentação de habilitação (apenas para as empresas classificadas).

4.9. As agências participantes deverão comprovar sua qualificação nos termos do §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010, demonstrando experiência e estrutura compatíveis com o objeto.

4.10. Em atenção às recomendações de tribunais de contas, o processo licitatório incluirá monitoramento e checagem de mídia, assegurando a comprovação da veiculação das campanhas contratadas. Essa checagem poderá ser realizada pelo próprio contratante ou por empresa independente, sem pagamento de comissão por esse serviço.

4.11. Em caso de empate entre licitantes, será adotado o critério previsto na Lei nº 12.232/2010:

2. Maior nota na estratégia de comunicação;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

3. Persistindo o empate, maior nota na ideia criativa;
4. Em seguida, maior nota no raciocínio básico e estratégia de mídia;
5. Permanecendo o empate, será realizado sorteio.

4.12. O objeto da contratação refere-se à criação e execução de estratégias de comunicação institucional, com foco na qualidade das propostas e assessoria prestada. O valor contratual deverá considerar critérios de desconto com base em tabela referencial de preços, conforme praticado no setor.

4.13. Para a seleção da proposta mais adequada, será encaminhado às agências concorrentes um briefing simulando uma demanda institucional da Câmara, que poderá ser aproveitada pela agência vencedora após a contratação.

4.14. O briefing conterá os objetivos da campanha, os prazos e o orçamento limite, sendo avaliado pela subcomissão técnica. A classificação final resultará da média ponderada entre a nota técnica e a proposta de preço, observando-se o critério de técnica e preço.

4.15. Os atestados de capacidade técnica exigidos deverão ser compatíveis com os serviços licitados e redigidos com critérios objetivos, de forma a não restringir a ampla participação e garantir a competitividade.

4.16. A Nota Técnica (NT) será composta pela avaliação objetiva:

- Plano de Comunicação Publicitária – até 70 pontos;
- Conjunto de Informações – até 30 pontos.

A subcomissão técnica lavrará ata com a classificação das empresas, conforme o edital e em estrita consonância com os artigos 7º, 37 e 88 da Lei nº 14.133/2021.

| <b>QUESITOS</b>                             | <b>SUBQUESITOS</b>                         |           |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Plano de Comunicação Publicitária</b> | I. Raciocínio Básico                       | 10        |
|                                             | II. Estratégia de Comunicação Publicitária | 25        |
|                                             | III. Ideia Criativa                        | 25        |
|                                             | IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia        | 10        |
| <b>Subtotal</b>                             |                                            | <b>70</b> |



# **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

## **I – Conjunto de informações – subquestos 1 (máximo de 17 de pontos):**

| <b>QUESITOS</b>                   | <b>SUBQUESITOS</b>                                                       |                                                                                              |                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Conjunto de Informações</b> | I. Principais Clientes                                                   | Nota de 0 a 3, sendo:<br><br>0 – não atende; 1 a 2 – atende;<br>3 – atende com excelência    | a) Porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante;<br><br>b) Conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade |
|                                   | II. Qualificação técnica equipe/profissionais                            | Nota de 0 a 7 pontos                                                                         | Conforme item 3.10.2.2 deste Estudo.                                                                                                                                                                   |
|                                   | III – Estrutura física: instalações, infraestrutura e recursos materiais | Nota de 0 a 3, sendo:<br><br>0 – não atende;<br>1 a 2 – atende;<br>3 – atende com excelência | Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.                                                                                |



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

|                 |                                                                                         |                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 | IV - Sistemática do relacionamento entre o município de Brasilândia – MS e a CONTRATADA | Nota de 0 a 4, sendo:<br><br>0 – não atende;<br>1 a 2 – atende;<br>3 a 4 – atende com excelência. | Adequação de sistemática/operacionalidade proposta pelo licitante, em sua solução (viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais formas que comprovem a capacidade de atendimentos da empresa) |
| <b>Subtotal</b> |                                                                                         | <b>17 pontos</b>                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                           |

### **II – Conjunto de informações – subquestos 2 - Repertório (máximo de 13 de pontos):**

| <b>QUESITOS</b>                   | <b>SUBQUESITOS</b>      |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Conjunto de Informações</b> | II. a) Relatos de cases | Nota de 0 a 09, sendo:<br><br>0 – não atende;<br>1 a 3 atende pouco;<br>4 a 6 – atende;<br>7 a 9 – atende com excelência | a) Aconcatenação lógica da exposição;<br>b) A evidência de planejamento publicitário;<br>c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;<br>d) A relevância dos resultados apresentados; |
|                                   | II. b) Peças Isoladas   | Nota de 0 a 4, sendo:<br>0 – não atende;<br>1 a 2 – atende;<br>3 a 4 – atende com excelência.                            | a) A ideia criativa e sua pertinência;<br>b) A clareza da exposição;<br>c) A qualidade da execução e do acabamento.                                                                                                 |
| <b>Subtotal</b>                   |                         | <b>13 pontos</b>                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                     |



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

Na análise das Propostas Técnicas, a avaliação técnica atribuirá uma pontuação máxima de 100 (cem) pontos, distribuída entre os diferentes quesitos de julgamento, conforme a seguinte composição:

Plano de Comunicação Publicitária

A pontuação máxima atribuída a este quesito será de 70 (setenta) pontos, distribuída conforme os seguintes critérios:

### **I – Raciocínio Básico – até 10 (dez) pontos, avaliando:**

- a) A precisão na compreensão das características, funções e do papel da Câmara Municipal de Brasilândia nos contextos social, político e econômico;
- b) A adequada compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações da Câmara com seus públicos, bem como das atividades relevantes para a comunicação publicitária;
- c) A assertividade na análise do desafio de comunicação e dos objetivos expressos no briefing.

### **II – Estratégia de Comunicação Publicitária – até 25 (vinte e cinco) pontos, avaliando:**

- a) A adequação do conceito proposto à natureza institucional da Câmara e ao desafio de comunicação, bem como o potencial de desdobramentos positivos;
- b) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito;
- c) A adequação, estruturação e viabilidade de execução da estratégia de comunicação proposta;
- d) A articulação entre os elementos da comunicação publicitária, os públicos-alvo, os objetivos de comunicação, o desafio apresentado e os recursos disponíveis.

### **III – Ideia Criativa – até 25 (vinte e cinco) pontos, avaliando:**

- a) A adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação, considerando sua exequibilidade nas peças e/ou materiais apresentados;
- b) O alinhamento da ideia com a estratégia de comunicação proposta;
- c) A combinação dos elementos criativos, simplicidade da apresentação e adequação da linguagem aos meios e públicos sugeridos;
- d) O potencial de desdobramentos comunicacionais e a capacidade de gerar interpretações favoráveis, conforme demonstrado nos exemplos apresentados;
- e) A pertinência da proposta às atividades de comunicação da Câmara, considerando o contexto social, político e econômico.

### **IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia – até 10 (dez) pontos, avaliando:**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

- a) O conhecimento demonstrado sobre os hábitos de consumo de mídia dos públicos-alvo e a capacidade analítica na interpretação desses dados;
- b) A consistência do plano simulado de distribuição das peças de mídia;
- c) A economicidade da aplicação dos recursos e otimização da veiculação;
- d) A adequação e a eficiência do uso de recursos próprios de comunicação do Câmara de Brasilândia – MS.

### **Conjunto de Informações**

A pontuação máxima atribuída a este quesito será de 30 (trinta) pontos, subdividida da seguinte forma:

#### **Subquesitos 1 – até 17 (dezessete) pontos, conforme segue:**

I – Principais Clientes – até 3 (três) pontos, avaliando:

- a) O porte, tradição e conceito dos clientes atualmente atendidos pelo licitante;
- b) A relevância dos produtos e/ou serviços dos clientes no mercado ou na sociedade.

II – Qualificação Técnica da Equipe/Profissionais – até 7 (sete) pontos.

(Avaliada conforme item 3.10.2.2, abaixo).

III – Estrutura Física (Instalações, Infraestrutura e Recursos Materiais) – até 3 (três) pontos, avaliando:

- a) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponibilizados para execução do contrato.

IV – Sistemática de Relacionamento com a Câmara de Brasilândia – MS – até 4 (quatro) pontos, avaliando:

- a) A adequação da sistemática/operacionalidade proposta, considerando sua viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais evidências da capacidade de atendimento da empresa.

### **Qualificação Técnica da Equipe de Profissionais**

A qualificação técnica da equipe mencionada no subitem II do item 3.10.2.1 será avaliada com base nas informações fornecidas, podendo alcançar até 7 (sete) pontos, conforme os critérios definidos nas tabelas específicas constantes neste Edital.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

| <b>Formação acadêmica</b> | <b>Sem formação</b> | <b>Superior incompleto</b> | <b>Superior completo</b> | <b>Pós-graduação na área</b> |
|---------------------------|---------------------|----------------------------|--------------------------|------------------------------|
| Pontos                    | 0                   | 1                          | 2                        | 3                            |

| <b>Experiências Profissional na área</b> | <b>1 a 4 anos</b> | <b>5 a 8 anos</b> | <b>9 a 12 anos</b> | <b>12 anos</b> |
|------------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|----------------|
| Pontos                                   | 1                 | 2                 | 3                  | 4              |

**Subquestos 2 – Pontuação máxima de 13 (treze) pontos, conforme os critérios a seguir:**

I – Relatos de Cases – até 9 (nove) pontos, considerando:

- a) A coerência e a lógica na apresentação do relato;
- b) A evidência de planejamento publicitário nas ações desenvolvidas;
- c) A consistência das relações de causa e efeito entre os problemas identificados e as soluções propostas;
- d) A relevância dos resultados obtidos e apresentados.

II – Peças Isoladas – até 4 (quatro) pontos, considerando:

- a) A criatividade da ideia apresentada e sua pertinência ao contexto;
- b) A clareza na exposição das peças;
- c) A qualidade técnica da execução e do acabamento gráfico/visual.

### **Classificação e Contratação**

Será considerada vencedora a licitante que obtiver a maior Nota Final, desde que cumpridos os critérios mínimos de pontuação estabelecidos neste Edital. As demais licitantes que também cumprirem os requisitos mínimos permanecerão previamente qualificadas.

Na hipótese de desclassificação, rescisão contratual ou outra necessidade legal, será convocada, observada a ordem de classificação, a próxima agência qualificada para celebração do contrato.

### **Requisitos Legais Aplicáveis**

A presente contratação observará, no que couber, os seguintes dispositivos legais e normativos:



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

- a) Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010;
- b) Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021 (aplicação subsidiária);
- c) Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;
- d) Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966;
- e) Decreto Federal nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002;
- f) As Normas-Padrão instituídas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

### **4.17. Sustentabilidade**

4.3.1. A contratação da agência de publicidade deverá observar os princípios da sustentabilidade ambiental, social e econômica, conforme previsto no inciso III do art. 5º da Lei nº 14.133/2021, com vistas à promoção do desenvolvimento nacional sustentável.

### **4.18. Subcontratação**

4.18.1. Será admitida a subcontratação do objeto contratual, nos termos do art. 11, §1º, da Lei nº 12.232/2010, em conformidade com o disposto no Estudo Técnico Preliminar (ETP)

## **5.0. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

### **5.1. O Condições de execução**

5.1.1. A execução do objeto seguirá a seguinte dinâmica:

5.1.2. Início da execução do objeto: 15 (quinze) dias corridos, contados da ordem de serviço.

5.1.3. Na hipótese de impossibilidade de cumprimento do prazo estabelecido, a empresa contratada deverá comunicar, por escrito, as razões justificadoras com antecedência mínima de 5 (cinco) dias úteis, a fim de que eventual pedido de prorrogação possa ser devidamente analisado e deliberado pela Administração. Situações excepcionais, devidamente comprovadas, decorrentes de caso fortuito ou força maior, serão avaliadas conforme a legislação vigente.

### **Materiais a serem disponibilizados**

5.1.4. Para a perfeita execução dos serviços, a Contratada deverá disponibilizar os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, nas quantidades estimadas e qualidades a seguir estabelecidas, promovendo sua substituição quando necessário.

5.1.5. Para o julgamento da proposta de preço, será adotado o critério de pontuação, em que quanto maior o percentual de desconto ofertado pela empresa participante, maior será sua pontuação. A classificação das propostas será realizada conforme o critério de menor



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

preço, aferido pelo maior desconto, em conformidade com o inciso IX do § 4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010, sendo atribuída pontuação máxima de 100 (cem) pontos.

5.1.6. A remuneração das agências de publicidade segue os critérios estabelecidos na legislação vigente. Para fins de pontuação, será considerada a redução dos custos internos, com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS). Será atribuída pontuação máxima de 60 (sessenta) pontos, conforme os seguintes parâmetros:

De 11% a 30% de desconto: 1 (um) ponto para cada 1% de desconto;

De 31% a 50% de desconto: 2 (dois) pontos para cada 1% de desconto adicional.

5.1.7. Será atribuída pontuação máxima de 40 (quarenta) pontos às propostas que apresentarem os menores honorários sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e fornecimento de materiais externos.

5.1.8. Não serão consideradas quaisquer ofertas de vantagens não previstas em edital, bem como preços ou benefícios baseados em propostas de outras licitantes.

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-MS.

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

| <b>Percentual de desconto</b> | <b>Critério</b>           | <b>Pontuação aferida</b> |
|-------------------------------|---------------------------|--------------------------|
| 0 a 10 %                      | 0 ponto                   | 00                       |
| 11 a 30 %                     | 1% de desconto = 1 ponto  | 20                       |
| 31 a 50%                      | 1% de desconto = 2 pontos | 40                       |
| <b>Sub total</b>              |                           | <b>60</b>                |

**B.1.) Honorários por serviços de terceiros – até 40 pontos**

**B.2.) Remuneração por serviços de terceiros.**

Remunerado entre 10% a 15% de honorários (assessoria, execução, supervisão e pagamento).

| <b>Percentual de taxa</b> | <b>Critério</b> | <b>Pontuação aferida<br/>(simulação máxima)</b> |
|---------------------------|-----------------|-------------------------------------------------|
| 15%                       | Zero ponto      |                                                 |
| 14%                       | 24 Pontos       |                                                 |
| 13%                       | 28 pontos       |                                                 |
| 12%                       | 32 pontos       |                                                 |
| 11%                       | 36 pontos       |                                                 |
| 10%                       | 40 pontos       |                                                 |
| subtotal                  |                 | <b>40</b>                                       |
| <b>Total de pontos</b>    |                 | <b>100</b>                                      |



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

5.1.9. Não havendo interposição de recursos, ou após o julgamento de eventuais recursos interpostos, ou ainda em caso de desistência expressa, a Comissão de Licitação elaborará relatório e parecer conclusivo contendo o resultado da licitação, os quais serão encaminhados para homologação do julgamento e adjudicação do objeto à empresa licitante vencedora.

5.10. A Nota da Proposta de Preços, correspondente ao total da pontuação aferida, será denominada Índice de Preço (IP), e será utilizada para o cálculo da nota final, conforme disposto no item 10.7 deste edital.

5.11. Serão desclassificadas as propostas que:

5.12. Não atenderem às disposições estabelecidas neste Termo de Referência;

5.13. Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado ou incluírem qualquer condição que comprometa a entrega dos serviços;

5.14. Propuserem percentual de honorários superior a 9% (nove por cento) sobre os preços de bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com intermediação e supervisão da licitante, relativos à produção e execução técnica de peças ou materiais cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

5.15. A classificação final será obtida por meio do cálculo ponderado das notas atribuídas à Proposta Técnica (NT) e à Proposta de Preços (NP), conforme a seguinte fórmula:

$$\text{Nota Final} = [(NT \times 7) + (NP \times 3)] \div 10$$

### **Especificação da garantia do serviço (art. 40, §1º, inciso III, da Lei nº 14.133, de 2021)**

5.16. O prazo de garantia contratual dos serviços é aquele estabelecido na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

## **6.0. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO**

6.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

6.1.1. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

6.1.2. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.1.3. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

6.1.4. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

### **Fiscalização**

6.1.5. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

6.1.6. O fiscal do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

6.1.7. O fiscal do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

6.1.8. Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

6.1.9. O fiscal do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

6.1.10. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

6.1.11. O fiscal do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou à prorrogação contratual.

### **Gestor do Contrato**

6.1.12. O gestor do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

6.1.13. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o gestor do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando a autoridade superior para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.

6.1.14. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

6.1.15. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.

6.1.16. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações.

6.1.17. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso.

6.1.18. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.

6.1.19. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

### **CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO**

6.1.20. A avaliação da execução do objeto utilizará o Instrumento de Medição de Resultado (IMR), conforme previsto no Anexo 01.

6.1.21. A avaliação da execução do objeto utilizará o disposto neste item.

6.1.22. Será indicada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que a Contratada:

6.1.23. não produzir os resultados acordados;

6.1.24. deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

6.1.25. deixar de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

6.1.26. A utilização do IMR não impede a aplicação concomitante de outros mecanismos para a avaliação da prestação dos serviços.

### **Do recebimento**

6.1.27. Os serviços serão recebidos provisoriamente, no prazo de 03 (três) dias úteis, pelos fiscais, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico e administrativo.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

- 6.1.28. O prazo da disposição acima será contado do recebimento de comunicação de cobrança oriunda do contratado com a comprovação da prestação dos serviços a que se referem a parcela a ser paga.
- 6.1.29. O fiscal técnico do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico.
- 6.1.30. O fiscal administrativo do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter administrativo.
- 6.1.31. O fiscal setorial do contrato, quando houver, realizará o recebimento provisório sob o ponto de vista técnico e administrativo.
- 6.1.32. Para efeito de recebimento provisório, ao final de cada período de faturamento, o fiscal do contrato irá apurar o resultado das avaliações da execução do objeto e, se for o caso, a análise do desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizados em consonância com os indicadores previstos, que poderá resultar no redimensionamento de valores a serem pagos à contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato.
- 6.1.33. Será considerado como ocorrido o recebimento provisório com a entrega do termo detalhado ou, em havendo mais de um a ser feito, com a entrega do último;
- 6.1.34. O Contratado fica obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório.
- 6.1.35. A fiscalização não efetuará o ateste da última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório.
- 6.1.36. O recebimento provisório também ficará sujeito, quando cabível, à conclusão de todos os testes de campo e à entrega dos Manuais e Instruções exigíveis.
- 6.1.37. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.
- 6.1.38. O fiscal deverá emitir o Termo Detalhado que deverá conter o registro, a análise e a conclusão acerca das ocorrências na execução do contrato, em relação à fiscalização técnica e demais documentos que julgar necessários, devendo encaminhá-los ao gestor do contrato para recebimento definitivo.
- 6.1.39. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 05 (cinco) dias, contados do recebimento provisório, pelo Gestor de Contratos, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante termo detalhado, obedecendo os seguintes procedimentos:



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

6.1.40. Emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelo fiscal, no cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações.

6.1.41. Realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando à CONTRATADA, por escrito, as respectivas correções;

6.1.42. Emitir Termo Detalhado para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas; e

6.1.43. Complementar o Termo Detalhado com as informações sobre a fiscalização administrativa, para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas; e

6.1.44. Comunicar a empresa para que emita a Nota Fiscal ou Fatura, com o valor exato dimensionado pela fiscalização.

6.1.45. Enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão.

6.1.46. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertine à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

6.1.47. Nenhum prazo de recebimento ocorrerá enquanto pendente a solução, pelo contratado, de inconsistências verificadas na execução do objeto ou no instrumento de cobrança.

6.1.48. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

### **Liquidação**

6.1.49. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período.

6.1.50. O prazo de que trata o item anterior será reduzido à metade, mantendo-se a possibilidade de prorrogação, nos casos de contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021

6.1.51. Para fins de liquidação, o setor competente deve verificar se a Nota Fiscal ou Fatura apresentada expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

- 6.1.52. o prazo de validade;
- 6.1.53. a data da emissão;
- 6.1.54. os dados do contrato e do órgão contratante;
- 6.1.55. o período respectivo de execução do contrato;
- 6.1.56. o valor a pagar; e
- 6.1.57. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.
- 6.1.58. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus à contratante;
- 6.1.59. A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal.
- 6.1.60. Constatando-se situação de irregularidade do contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do contratante.
- 6.1.61. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.
- 6.1.62. Persistindo a irregularidade, o contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao contratado a ampla defesa.
- 6.1.63. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação.

### **Prazo de pagamento**

- 6.1.64. O pagamento será efetuado no prazo máximo de até dez dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa.
- 6.1.65. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA de correção monetária.

### **Forma de pagamento**

- 6.1.66. O pagamento será realizado através de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

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

6.1.68. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

6.1.69. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

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

### **FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR E REGIME DE EXECUÇÃO**

#### **Forma de seleção e critério de julgamento da proposta**

6.1.71. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de Licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma eletrônica, com adoção do critério de julgamento MELHOR TECNICA E PREÇO.

6.1.72. Regime de execução

6.1.73. O regime do objeto será empreitada por preço global.

#### **Exigências de habilitação**

6.1.74. Para fins de habilitação, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

##### **Habilitação jurídica**

6.1.75. Empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

6.1.76. Microempreendedor Individual - MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>;

6.1.77. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

6.1.78. Sociedade empresária estrangeira: portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

6.1.79. Sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

6.1.80. Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária: inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz

6.1.81. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

### **Habilitação fiscal, social e trabalhista**

6.1.82. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas—conforme o caso;

6.1.83. 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 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

6.1.84. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

6.1.85. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo [Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943](#);

6.1.86. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

6.1.87. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos Estadual ou Municipal, relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

6.1.88. O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

### **Qualificação técnica econômico-financeira**

6.1.89. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, *caput*, inciso II);

6.1.90. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando:



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);

6.1.91. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura; e

6.1.92. Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

6.1.93. Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.

6.1.94. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

6.1.95. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

### **Qualificação Técnica**

6.1.96. A licitante deverá apresentar, obrigatoriamente, os seguintes documentos, com vistas à comprovação de sua capacidade técnica para execução do objeto da licitação:

6.1.97. 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 Concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no objeto;

6.1.98. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

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

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

6.1.99. Declaração formal da licitante comprometendo-se a não repassar a Câmara de Brasilândia/MS qualquer encargo tributário, fiscal ou trabalhista decorrente da execução do contrato.

6.1.100. Declaração de que os pagamentos realizados pela Câmara Municipal de Brasilândia/MS à agência licitante, bem como aos fornecedores e veículos de comunicação, serão feitos somente após a entrega efetiva dos serviços e/ou da comprovação da veiculação, mediante apresentação de documentos comprobatórios expedidos pelos setores requisitantes da Administração.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

6.1.101. Declaração de compromisso da licitante em reverter à Contratante a parcela correspondente ao “Desconto de Agência”, nos termos das normas estabelecidas pelo Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios do CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão.

### **9.0. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO**

9.1.O custo estimado total da contratação é de R\$ 190.471,72 (cento e noventa mil, quatrocentos e setenta e um reais e setenta e dois centavos).

### **10. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

10.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Brasilândia - MS.

A contratação será atendida pela seguinte dotação:

01.031.0101.1001.010101.33.90.39.88 FICHA 13 FONTE 1500- OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURIDICA

A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

Brasilândia-MS, 01 de setembro de 2025.

#### **EQUIPE TÉCNICA DE PLANEJAMENTO:**

Natalia dos Santos Souza

Matrícula: 152-1 - Assessor Legislativo

Aparecida de Fátima da Cruz Candido da Silva

Matrícula: 4-1 – Auxiliar Administrativo

Rosangela Vieira dos Santos

Matrícula: 153-2 – Assessor Legislativo

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

Maria Jovelina Da Silva

Presidente da Câmara Municipal



# **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

## **ANEXO I**

### **INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE RESULTADOS – IMR**

**OBJETO:** Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda, com o objetivo de executar, de forma integrada, atividades relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

#### **1. DA DEFINIÇÃO**

1.1. O Instrumento de Medição de Resultado – IMR é o documento que apresenta os critérios de avaliação da qualidade dos serviços, identificando indicadores, finalidades, metas, instrumento de medição, forma de acompanhamento, periodicidade e mecanismo de cálculo, adequações de pagamento por eventual não atendimento das metas estabelecidas.

#### **2. OBJETIVOS A ATINGIR**

2.1. A utilização do IMR não impede a aplicação concomitante de outros mecanismos para a avaliação da prestação dos serviços, cujo principal objetivo é assegurar a prestação dos serviços em níveis elevados de qualidade.

#### **3. FORMA DE AVALIAÇÃO**

3.1. Definição de situações que caracterizem o não atingimento do objetivo, e atribuição de descontos no valor de pagamento devido.

3.2. Este anexo é parte indissociável do Contrato XXX/2025 firmado a partir do Processo nº xx/2025 e de seus demais anexos.

3.3. Na utilização do referido Instrumento de Medição serão observadas as cláusulas e disposições contidas no Estudo Técnico Preliminar, Gerenciamento de Risco e Termo de Referência – anexos ao edital.

3.4. A cada Nota Fiscal/Fatura para fins de pagamento corresponderá aplicação individualizada do IMR.

3.5. O valor devido a título de pagamento mensal à contratada será mensurado a partir da aplicação das condições do presente IMR.

#### **4. SANÇÕES**

4.1. A aplicação de índices de desconto do IMR caracteriza-se como instrumento de gestão contratual, não configurando sanção. A Contratante poderá, pela qualidade insuficiente, aplicar as penalidades previstas em contrato.

#### **5. INDICADORES**

5.1. As tabelas abaixo apresentam os indicadores, finalidades, metas, instrumento de medição, forma de acompanhamento, periodicidade e mecanismo de cálculo.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

| <b>INDICADOR 1: PRAZO DE EXECUÇÃO DO SERVIÇO</b> |                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Finalidade                                       | Cumprimento dos prazos estabelecidos no termo de referência e contrato.                                                                          |
| Meta a cumprir                                   | Prestação de serviços de acordo com as necessidades para atendimento da demanda.                                                                 |
| Instrumento de medição                           | Conferência local                                                                                                                                |
| Forma de acompanhamento                          | Acompanhamento presencial pelo gestor e fiscal de contratos                                                                                      |
| Periodicidade                                    | Conforme execução contratual.                                                                                                                    |
| Mecanismo de cálculo                             | 1% de desconto para cada 1 dia de atraso que impactou no resultado.<br>0,5% de desconto para cada 1 dia de atraso que não impactou no resultado. |

| <b>INDICADOR 2: QUALIDADE DOS SERVIÇOS</b> |                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Finalidade                                 | Verificação da qualidade dos serviços prestados.                                                                                                                                                            |
| Meta a cumprir                             | Disponibilizar produtos de qualidade, com ótima funcionalidade e suporte de atendimento rápido, eficaz e resolutivo para as demandas pertinentes da contratação.                                            |
| Instrumento de medição                     | Conferência local                                                                                                                                                                                           |
| Forma de acompanhamento                    | Acompanhamento presencial pelos fiscais de contrato                                                                                                                                                         |
| Periodicidade                              | Conforme execução contratual.                                                                                                                                                                               |
| Mecanismo de cálculo                       | 5% de desconto para situação que não impactou no resultado.<br>10% de desconto para situação que causou médio impacto ao resultado.<br>30% de desconto para situação que causou grave impacto ao resultado. |

### **6. FORMA DE AFERIÇÃO E ANOTAÇÃO DOS RESULTADOS**

6.1 O Fiscal do Contrato deverá utilizar as tabelas abaixo para registrar as ocorrências dentro do período de aferição:

| <b>INDICADOR 1: PRAZO DE EXECUÇÃO DO SERVIÇO</b> |            |
|--------------------------------------------------|------------|
| Data da ocorrência:                              | XX/XX/XXXX |
| Descrição:                                       | XXX        |
| Descontos:                                       | XXX        |
|                                                  |            |
| Total dos descontos:                             | XXX        |
|                                                  |            |
| <b>INDICADOR 2: QUALIDADE DOS SERVIÇOS</b>       |            |
| Data da ocorrência:                              | XX/XX/XXXX |
| Descrição:                                       | XXX        |
| Descontos:                                       | XXX        |
|                                                  |            |
| Total dos descontos:                             | XXX        |
|                                                  |            |



# **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**



A autenticidade deste documento pode ser conferida em <https://cmbras.processo.digital/autenticidade>, informando o código do documento **00028181** e chave de segurança **D4E 71C 43E**.



Documento assinado digitalmente por ROSANGELA VIEIRA DOS SANTOS, Equipe de Planejamento, em 01/09/2025, às 13:42, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul.



Documento assinado digitalmente por APARECIDA DE FATIMA DA CRUZ CANDIDO DA SILVA, Equipe de Planejamento, em 01/09/2025, às 14:10, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul.



Documento assinado digitalmente por NATALIA DOS SANTOS SOUZA, Equipe de Planejamento, em 02/09/2025, às 07:02, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul.



Documento assinado digitalmente por MARIA JOVELINA DA SILVA, Presidente, em 02/09/2025, às 12:13, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul.



# **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

## **ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR E GERENCIAMENTO DE RISCO**

### **OBJETO**

Análise da viabilidade técnica e econômica para escolha da melhor solução visando atender a demanda de à promoção da imagem institucional da Câmara Municipal de Brasilândia/MS e ao fortalecimento da comunicação com a sociedade.

### **LEGISLAÇÃO**

Lei nº 4.680/1965;

Lei nº 12.232/2010;

Lei nº 14.133/2021;

Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966;

Decreto Federal nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002;

Resolução nº 002/2023; regulamenta sobre a elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares – ETP.

Resolução nº 012/2023; regulamenta sobre as práticas de gestão de riscos e controle preventivo nas contratações de obras, serviços e compras.

Resolução TCE/MS nº 88/2018 e alterações posteriores.

As Normas-Padrão instituídas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010

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

1.1. A Câmara Municipal de Brasilândia/MS, como órgão de representação popular, necessita comunicar suas ações de forma clara, eficiente e acessível, garantindo que a população tenha conhecimento sobre seus projetos, leis, atividades parlamentares, eventos e demais ações de interesse público.

1.2. Diante disso, torna-se necessária a realização de uma análise de viabilidade técnica e econômica, com o objetivo de identificar e selecionar a solução mais adequada, eficiente e compatível com os recursos disponíveis, que atenda plenamente à demanda atual de comunicação institucional da Câmara.

1.3. Essa análise permitirá avaliar diferentes alternativas sob os aspectos de custo-benefício, impacto na divulgação das ações parlamentares, alcance da população, qualidade técnica dos serviços, bem como a conformidade com a legislação vigente. Assim, será possível tomar uma decisão embasada e responsável, assegurando a aplicação racional dos recursos públicos e a efetividade das ações de comunicação.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

1.4. Portanto, a solicitação dessa análise é imprescindível para garantir a escolha da melhor estratégia ou empresa especializada em publicidade e propaganda, promovendo a eficiência administrativa e o cumprimento dos princípios constitucionais da administração pública.

1.5. A divulgação das ações da Câmara Municipal é de grande importância por diversos motivos, especialmente no que diz respeito à transparência, participação popular e fortalecimento da democracia. Veja abaixo os principais pontos que justificam essa importância.

### **Importância da Divulgação das Ações da Câmara Municipal**

#### **1. Transparência e Prestação de Contas**

A publicidade dos atos e decisões do Poder Legislativo é um princípio constitucional (Art. 37 da CF/88). Divulgar as ações da Câmara permite que a população saiba como os vereadores estão atuando, quais leis estão sendo propostas ou votadas e como os recursos públicos estão sendo utilizados.

#### **2. Fortalecimento da Democracia**

Quando a sociedade tem acesso às informações do Legislativo, aumenta-se a confiança nas instituições públicas. A divulgação das ações permite que o cidadão compreenda o papel da Câmara e exerça sua cidadania de forma mais ativa.

#### **3. Participação Popular**

A publicidade das ações incentiva a participação da população nas decisões políticas. Através de campanhas, comunicados ou redes sociais, os cidadãos ficam sabendo de audiências públicas, sessões e consultas populares, podendo assim contribuir com opiniões e sugestões.

#### **4. Valorização do Trabalho Legislativo**

Muitas vezes, o trabalho do vereador é pouco compreendido ou visível à população. A divulgação eficaz mostra os projetos de lei apresentados, indicações feitas, debates realizados e ações de fiscalização, valorizando o papel dos parlamentares locais.

#### **5. Combate à Desinformação**

Em tempos de circulação rápida de informações (e desinformações), é fundamental que a Câmara utilize canais oficiais para comunicar suas ações de forma clara, objetiva e verdadeira, garantindo que a população tenha acesso a dados confiáveis.

#### **6. Educação Política**

Informar a sociedade sobre os processos legislativos, direitos e deveres do cidadão contribui para a formação de uma consciência crítica e para o fortalecimento da educação política.

A Câmara, enquanto órgão de representação popular, necessita divulgar suas ações de forma clara e acessível, promovendo o acesso à informação e o fortalecimento da relação com a sociedade.

Diante do exposto, ressalta-se que atender a demanda por publicidade e propaganda institucional não se trata apenas de uma ação administrativa, mas de uma



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

ferramenta estratégica essencial para garantir a efetividade da comunicação pública, a aproximação com a comunidade e o fortalecimento da democracia local. Assim, a Câmara Municipal de Brasilândia/MS reafirma seu compromisso com a transparência, a responsabilidade fiscal e o interesse coletivo.

a.

### **II - Demonstração da previsão da contratação no plano de contratações anual, sempre que elaborado, de modo a indicar o seu alinhamento com o planejamento da Administração**

O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual 2025, conforme detalhamento a seguir:

- I) ID PCA no PNCP: 93
- II) Data de publicação no PNCP: 30/11/2024;
- III) Id do item no PPA: 15410152000130-0-000001/2025;

### **III - Requisitos da contratação**

3.1. O processo licitatório deverá ser conduzido em conformidade com os preceitos da Lei nº 12.232/2010, no que couber, e com a Lei nº 14.133/2021.

Observando-se ainda, toda a legislação mencionada no tópico específico acima.

As atividades a serem desenvolvidas no conceito amplo de publicidade, consoante preconizado na Lei, abrangem as etapas seguintes:

- 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.

O certame seguirá etapas específicas, com a entrega de cinco envelopes distintos, conforme descrito a seguir:

1º Envelope: Plano de Comunicação – sem identificação da empresa, a ser analisado previamente;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

2º Envelope: Plano de Comunicação – identificado, a ser aberto apenas após a identificação da empresa concorrente;

3º Envelope: Documentação referente à capacidade de atendimento da empresa ao objeto a ser contratado;

4º Envelope: Proposta de preços;

5º Envelope: Documentos de habilitação, a serem apresentados apenas pelas empresas classificadas nas etapas anteriores.

3.2. As empresas participantes deverão estar devidamente qualificadas nos termos da Lei nº 12.232/2010, especialmente conforme o disposto no § 1º do art. 4º.

3.3. Desde a promulgação da Lei nº 12.232/2010, os mecanismos de contratação passaram a contar com diversas recomendações de tribunais e órgãos de fiscalização. Entre os itens contemplados na solicitação, inclui-se o monitoramento e a checagem de mídia, que consistem na confirmação da veiculação do conteúdo contratado, realizada pelo próprio contratante ou por empresa independente, não sendo devida, nesse caso, qualquer remuneração a título de comissão por serviço prestado por terceiros.

3.4. Em caso de empate entre as empresas participantes, aplica-se o disposto na Lei nº 12.232/2010, obedecendo à seguinte ordem de critérios de desempate:

I – maior nota obtida na estratégia de comunicação;

II – persistindo o empate, maior nota na ideia criativa;

III – se ainda houver empate, maior nota no raciocínio básico e na estratégia de mídia;

IV – permanecendo o empate, será realizado sorteio.

3.5. A contratação tem por objeto a criação, desenvolvimento e apresentação de sugestões estratégicas de comunicação voltadas ao público-alvo (publicidade). O valor do contrato está diretamente atrelado à atividade criativa e à assessoria na produção das peças, sendo usual, para fins de remuneração, a aplicação de um percentual de desconto sobre os valores previstos em tabela de referência.

3.6. Com o objetivo de identificar a empresa que melhor possa atender às necessidades do contratante, será encaminhado aos participantes um briefing contendo uma demanda simulada da Câmara de Brasilândia-MS. Essa demanda poderá, inclusive, ser aproveitada futuramente, caso a empresa vencedora venha a ser contratada.

3.7. O briefing apresenta uma necessidade específica e um desafio a ser superado, indicando o prazo para veiculação e o valor máximo disponível para a campanha simulada. As propostas resultantes serão avaliadas pela subcomissão técnica, que atribuirá notas conforme critérios técnicos (com peso específico), seguidas pela análise dos valores propostos. Sendo adotado o critério de melhor técnica e preço, será aplicada a média aritmética ponderada para a definição da classificação final. (Anexo I)

3.8. Os atestados técnicos exigidos no procedimento licitatório deverão guardar compatibilidade com os serviços licitados, baseando-se em parâmetros objetivos

---

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

e abrangentes, com o propósito de assegurar a ampla participação de empresas interessadas, sem restringir a competitividade.

3.9. A composição da Nota Técnica (NT) será baseada em avaliação objetiva dos seguintes elementos:

I – Plano de Comunicação Publicitária, com pontuação máxima de 70 (setenta) pontos;

II – Conjunto de Informações, com pontuação máxima de 30 (trinta) pontos.

Após a avaliação pela subcomissão técnica, será elaborada uma ata contendo a classificação das empresas, em conformidade com o edital e com a Lei nº 12.232/2010. A Nota Técnica será utilizada na composição da média ponderada que definirá a classificação final das empresas, conforme os arts. 7º, 37 e 88 da Lei nº 14.133/2021.

| <b>QUESITOS</b>                             | <b>SUBQUESITOS</b>                         |           |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Plano de Comunicação Publicitária</b> | I. Raciocínio Básico                       | 10        |
|                                             | II. Estratégia de Comunicação Publicitária | 25        |
|                                             | III. Ideia Criativa                        | 25        |
|                                             | IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia        | 10        |
| <b>Subtotal</b>                             |                                            | <b>70</b> |

**I – Conjunto de informações – subquesitos 1 (máximo de 17 de pontos):**

| <b>QUESITOS</b> | <b>SUBQUESITOS</b> |  |  |
|-----------------|--------------------|--|--|
|-----------------|--------------------|--|--|

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

|                                   |                                                                          |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Conjunto de Informações</b> | I. Principais Clientes                                                   | Nota de 0 a 3, sendo:<br><br>0 – não atende; 1 a 2 – atende;<br><br>3 – atende com excelência        | a) Porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante;<br><br>b) Conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade |
|                                   | II. Qualificação técnica equipe/profissionais                            | Nota de 0 a 7 pontos                                                                                 | Conforme item 3.10.2.2 deste Estudo.                                                                                                                                                                   |
|                                   | III – Estrutura física: instalações, infraestrutura e recursos materiais | Nota de 0 a 3, sendo:<br><br>0 – não atende;<br><br>1 a 2 – atende;<br><br>3 – atende com excelência | Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.                                                                                |

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

|                 |                                                                                         |                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 | IV - Sistemática do relacionamento entre o município de Brasilândia – MS e a CONTRATADA | Nota de 0 a 4, sendo:<br><br>0 – não atende;<br>1 a 2 – atende;<br>3 a 4 – atende com excelência. | Adequação de sistemática/operacionalidade proposta pelo licitante, em sua solução (viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais formas que comprovem a capacidade de atendimentos da empresa) |
| <b>Subtotal</b> |                                                                                         | <b>17 pontos</b>                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                           |

### **II – Conjunto de informações – sub quesitos 2 - Repertório (máximo de 13 de pontos):**

| <b>QUESITOS</b> | <b>SUBQUESITOS</b>      |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 | II. a) Relatos de cases | Nota de 0 a 09, sendo:<br><br>0 – não atende;<br>1 a 3 atende pouco;<br>4 a 6 – atende;<br>7 a 9 – atende com excelência | a) Aconcatenação lógica da exposição;<br>b) A evidência de planejamento publicitário;<br>c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;<br>d) A relevância dos resultados apresentados; |

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

|                                   |                       |                                                                                               |                                                                                                                     |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Conjunto de Informações</b> | II. b) Peças Isoladas | Nota de 0 a 4, sendo:<br>0 – não atende;<br>1 a 2 – atende;<br>3 a 4 – atende com excelência. | a) A ideia criativa e sua pertinência;<br>b) A clareza da exposição;<br>c) A qualidade da execução e do acabamento. |
| <b>Subtotal</b>                   |                       | <b>13 pontos</b>                                                                              |                                                                                                                     |

3.10. Na análise das Propostas Técnicas, a avaliação técnica atribuirá uma pontuação máxima de 100 (cem) pontos, distribuída entre os diferentes quesitos de julgamento, conforme a seguinte composição:

### 3.10.1. Plano de Comunicação Publicitária

A pontuação máxima atribuída a este quesito será de 70 (setenta) pontos, distribuída conforme os seguintes critérios:

#### **I – Raciocínio Básico – até 10 (dez) pontos, avaliando:**

- a) A precisão na compreensão das características, funções e do papel da Câmara Municipal de Brasilândia nos contextos social, político e econômico;
- b) A adequada compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações da Câmara com seus públicos, bem como das atividades relevantes para a comunicação publicitária;
- c) A assertividade na análise do desafio de comunicação e dos objetivos expressos no briefing.

#### **II – Estratégia de Comunicação Publicitária – até 25 (vinte e cinco) pontos, avaliando:**

- a) A adequação do conceito proposto à natureza institucional da Câmara e ao desafio de comunicação, bem como o potencial de desdobramentos positivos;
- b) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito;
- c) A adequação, estruturação e viabilidade de execução da estratégia de comunicação proposta;

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

d) A articulação entre os elementos da comunicação publicitária, os públicos-alvo, os objetivos de comunicação, o desafio apresentado e os recursos disponíveis.

### **III – Ideia Criativa – até 25 (vinte e cinco) pontos, avaliando:**

- a) A adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação, considerando sua exequibilidade nas peças e/ou materiais apresentados;
- b) O alinhamento da ideia com a estratégia de comunicação proposta;
- c) A combinação dos elementos criativos, simplicidade da apresentação e adequação da linguagem aos meios e públicos sugeridos;
- d) O potencial de desdobramentos comunicacionais e a capacidade de gerar interpretações favoráveis, conforme demonstrado nos exemplos apresentados;
- e) A pertinência da proposta às atividades de comunicação da Câmara, considerando o contexto social, político e econômico.

### **IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia – até 10 (dez) pontos, avaliando:**

- a) O conhecimento demonstrado sobre os hábitos de consumo de mídia dos públicos-alvo e a capacidade analítica na interpretação desses dados;
- b) A consistência do plano simulado de distribuição das peças de mídia;
- c) A economicidade da aplicação dos recursos e otimização da veiculação;
- d) A adequação e a eficiência do uso de recursos próprios de comunicação do Câmara de Brasilândia – MS.

#### **3.10.2. Conjunto de Informações**

A pontuação máxima atribuída a este quesito será de 30 (trinta) pontos, subdividida da seguinte forma:

##### **3.10.2.1 – Subquesitos 1 – até 17 (dezessete) pontos, conforme segue:**

##### **I – Principais Clientes – até 3 (três) pontos, avaliando:**

- a) O porte, tradição e conceito dos clientes atualmente atendidos pelo licitante;
- b) A relevância dos produtos e/ou serviços dos clientes no mercado ou na sociedade.

##### **II – Qualificação Técnica da Equipe/Profissionais – até 7 (sete) pontos.**

(Avaliada conforme item 3.10.2.2, abaixo).

---

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

III – Estrutura Física (Instalações, Infraestrutura e Recursos Materiais) – até 3 (três) pontos, avaliando:

a) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponibilizados para execução do contrato.

IV – Sistemática de Relacionamento com a Câmara de Brasilândia – MS – até 4 (quatro) pontos, avaliando:

a) A adequação da sistemática/operacionalidade proposta, considerando sua viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais evidências da capacidade de atendimento da empresa.

### **3.10.2.2. Qualificação Técnica da Equipe de Profissionais**

A qualificação técnica da equipe mencionada no subitem II do item 3.10.2.1 será avaliada com base nas informações fornecidas, podendo alcançar até 7 (sete) pontos, conforme os critérios definidos nas tabelas específicas constantes neste Edital.

| <b>Formação acadêmica</b> | <b>Sem formação</b> | <b>Superior incompleto</b> | <b>Superior completo</b> | <b>Pós-graduação na área</b> |
|---------------------------|---------------------|----------------------------|--------------------------|------------------------------|
| Pontos                    | 0                   | 1                          | 2                        | 3                            |

| <b>Experiências Profissional na área</b> | <b>1 a 4 anos</b> | <b>5 a 8 anos</b> | <b>9 a 12 anos</b> | <b>12 anos</b> |
|------------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|----------------|
| Pontos                                   | 1                 | 2                 | 3                  | 4              |

3.10.2.3 – Subquestitos 2 – Pontuação máxima de 13 (treze) pontos, conforme os critérios a seguir:

I – Relatos de Cases – até 9 (nove) pontos, considerando:

- a) A coerência e a lógica na apresentação do relato;
- b) A evidência de planejamento publicitário nas ações desenvolvidas;
- c) A consistência das relações de causa e efeito entre os problemas identificados e as soluções propostas;
- d) A relevância dos resultados obtidos e apresentados.

II – Peças Isoladas – até 4 (quatro) pontos, considerando:

- a) A criatividade da ideia apresentada e sua pertinência ao contexto;

---

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

- b) A clareza na exposição das peças;
- c) A qualidade técnica da execução e do acabamento gráfico/visual.

### **3.11. Classificação e Contratação**

Será considerada vencedora a licitante que obtiver a maior Nota Final, desde que cumpridos os critérios mínimos de pontuação estabelecidos neste Edital. As demais licitantes que também cumprirem os requisitos mínimos permanecerão previamente qualificadas.

Na hipótese de desclassificação, rescisão contratual ou outra necessidade legal, será convocada, observada a ordem de classificação, a próxima agência qualificada para celebração do contrato.

### **3.13. Especificação (detalhamento)**

| <b>ITEM</b> | <b>ESPECIFICAÇÃO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>UN</b> | <b>QUANT</b> |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------|
| <b>1</b>    | Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda, com o objetivo de executar, de forma integrada, atividades relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação | Meses     | 12           |

### **3.14. 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 I).



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

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

### **3.14. Subcontratação**

Será admitida a subcontratação do objeto, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

**IV - Estimativa das quantidades para a contratação, acompanhadas das memórias de cálculo e dos documentos que lhes dão suporte, que considerem interdependências com outras contratações, de modo a possibilitar economia de escala**

4.1. A presente contratação não contempla a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados ao longo da vigência contratual, uma vez que sua natureza está vinculada à demanda e às estratégias de comunicação que vierem a ser determinadas pela Câmara.

4.2. Porém, a estimativa da contratação está prevista para um período de 12 (doze) meses, sendo analisada a contratação anterior, realizadas por este Município no período compreendido entre 2020 a 2024, bem como a disponibilidade orçamentária para esta ação e a demanda de comunicação.

**V - Levantamento de mercado, que consiste na análise das alternativas possíveis, e justificativa técnica e econômica da escolha do tipo de solução a contratar**

### **5.1. Análise de Cenários para a Execução dos Serviços de Publicidade**

A partir de estudo técnico de mercado e avaliação das alternativas disponíveis, foram identificados os principais cenários possíveis para suprir a demanda por serviços de publicidade institucional no âmbito da Câmara Municipal de Brasilândia – MS. A seguir, apresentam-se as hipóteses consideradas:

---

#### **CENÁRIO 01 – Primarização dos Serviços (Execução Direta pela Administração)**

Neste cenário, a execução dos serviços seria realizada diretamente pela estrutura interna da Câmara, utilizando seus próprios recursos humanos, técnicos e materiais.

**Entretanto, essa possibilidade mostrou-se inviável devido às seguintes limitações:**

- **a) Recursos Humanos Insuficientes:** A estrutura administrativa atual não dispõe de equipe técnica especializada em publicidade e propaganda,

---

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

o que comprometeria a qualidade e a assertividade das ações de comunicação institucional;

- **b) Infraestrutura Inadequada:** A ausência de equipamentos, softwares e instalações específicas para a criação, produção e veiculação de campanhas publicitárias inviabiliza a entrega de resultados eficazes;
- **c) Desalinhamento com a legislação vigente:** A primarização não contempla a necessidade de contratação de agência certificada, conforme exigência legal para a publicidade institucional de entes públicos (Lei nº 12.232/2010).

---

### **CENÁRIO 02 – Terceirização dos Serviços com Base na Lei nº 12.232/2010**

A contratação de uma agência de propaganda por meio de licitação pública específica, conforme os termos da Lei nº 12.232/2010, configura-se como a solução mais eficiente e legalmente adequada.

#### **Entre os benefícios desta opção, destacam-se:**

- **a) Acesso à Expertise Especializada:** Profissionais qualificados e experientes em planejamento, criação, produção e mídia, o que assegura campanhas mais estratégicas, criativas e eficazes;
- **b) Economia de Recursos:** Elimina-se a necessidade de formação de equipe interna, aquisição de equipamentos e treinamento, gerando economia direta e indireta aos cofres públicos;
- **c) Conformidade Legal:** Atende aos dispositivos legais que regulamentam a contratação de serviços publicitários por parte da Administração Pública

### **CENÁRIO 03 – Contratação Fragmentada de Fornecedores Específicos (Modelo Por Tarefa)**

Consiste na contratação pontual e separada de diferentes fornecedores para cada etapa ou elemento das campanhas publicitárias (ex.: redatores, designers gráficos, produtoras de vídeo, agências de mídia etc.), mediante múltiplos processos licitatórios.

#### **Limitações identificadas:**

- a) Descontinuidade e Baixa Coesão Estratégica: A falta de uma equipe centralizada compromete a consistência entre planejamento, criação e execução das campanhas;
- b) **Maior Complexidade Administrativa:** A multiplicidade de contratos eleva o grau de complexidade na gestão, fiscalização e coordenação das atividades publicitárias;
- c) **Risco de Incompatibilidade Técnica:** Profissionais ou empresas contratadas isoladamente podem ter visões ou linguagens divergentes, comprometendo o resultado final.

---

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

### **CENÁRIO 04 – Convênios com Instituições Públicas ou Consórcios Intermunicipais**

Essa alternativa consistiria em buscar apoio técnico por meio de convênios com outras entidades públicas ou consórcios intermunicipais que possuam estrutura própria de comunicação.

#### **Limitações identificadas:**

- a) **Baixa Disponibilidade:** A maioria dos consórcios ou instituições públicas não possui estrutura especializada em publicidade institucional de forma profissional e contínua;
- b) **Dependência Externa:** Essa opção limitaria a autonomia da Câmara, dificultando o planejamento e a execução de ações conforme a urgência das demandas;
- c) **Insegurança Jurídica:** A legislação atual (Lei 12.232/2010) prevê que a publicidade institucional de entes públicos seja contratada por meio de licitação específica com agências legalmente habilitadas.

### **CENÁRIO 05 – Parcerias por Meio de Patrocínio ou Apoio Cultural/Publicitário**

Seria a tentativa de viabilizar ações de comunicação através de parcerias com empresas privadas interessadas em apoiar a divulgação de conteúdos institucionais.

#### **Limitações identificadas:**

- a) Inadequação Legal e Ética: O uso de verba ou espaço institucional para fins privados pode gerar conflito de interesses e questionamentos jurídicos;
- b) Inviabilidade Prática: Dificilmente empresas privadas investiriam de forma contínua em campanhas sem contrapartida mercadológica, o que não é permitido em publicidade institucional;
- c) Falta de Controle Criativo: O conteúdo da comunicação ficaria sujeito à aprovação de terceiros, o que compromete os princípios da publicidade pública.

#### **Conclusão da Análise de Cenários:**

Diante das limitações técnicas, operacionais, legais e administrativas dos demais cenários, conclui-se que a terceirização via Concorrência Pública nos termos da Lei nº 12.232/2010 é a única alternativa que:

Atende plenamente às exigências legais;

Garante qualidade técnica e criatividade;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

Respeita os princípios da administração pública;

Proporciona economicidade e eficiência na gestão dos recursos públicos.

**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**

6.1. Para as contratações de serviços de publicidade, a estimativa do valor global do certame deve considerar as necessidades de comunicação institucional previstas para o período contratual. Essa estimativa leva em conta o volume, a complexidade, o porte e a abrangência das demandas potenciais, de modo a assegurar que os recursos orçamentários sejam compatíveis com a execução das ações publicitárias necessárias ao atendimento dos objetivos da Administração pública.

6.2. Assim, para a definição de um valor estimado adequado à presente contratação, é necessário considerar o histórico dos investimentos realizados pela Câmara Municipal de Brasilândia em contratações anteriores. Essa análise permite identificar um montante capaz de atender, de forma eficaz e proporcional, às demandas recorrentes de comunicação institucional. Abaixo, apresentam-se os valores praticados nas contratações anteriores, que servirão de referência para a estimativa atual.

| <b>CONTRATO/ANO</b>  | <b>VALOR DA CONTRATAÇÃO</b> |
|----------------------|-----------------------------|
| Contrato n. 002/2020 | R\$ 140.000,00              |

6.3. Diferentemente dos serviços de natureza comum — caracterizados por tarefas rotineiras, executadas de forma mecânica ou mediante a aplicação de técnicas, métodos e protocolos padronizados —, os serviços de publicidade possuem natureza eminentemente intelectual e criativa. Sua execução exige a aplicação da expertise da agência de propaganda na elaboração de soluções estratégicas e personalizadas, voltadas ao alcance dos objetivos de comunicação definidos em cada demanda apresentada pela Câmara Municipal de Brasilândia – MS. Por esse motivo, não se aplica a modalidade pregão para sua contratação, conforme entendimento consolidado pela legislação pertinente e pelos órgãos de controle.

6.4. Assim como os serviços comuns podem ser dimensionados por meio de quantidades previamente estimadas, os serviços de publicidade são estruturados com base em orçamentos específicos (budget), previamente definidos para cada ação publicitária. Os critérios de utilização, execução e controle desse orçamento serão detalhadamente apresentados no item 6 deste instrumento.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

6.5. Contudo, para fins de quantificação e melhor compreensão, segue abaixo um quadro resumo contendo as informações relevantes.

| <b>ANO</b>                         | <b>VALOR SEM ATUALIZAÇÃO</b> | <b>VALOR ATUALIZADO COM O IPCA</b> |
|------------------------------------|------------------------------|------------------------------------|
| Período de 14/07/2020 a 13/01/2021 | 70.000,00                    | Sem atualização                    |
| Período de 13/01/2021 a 12/07/2021 | 70.000,00                    | Sem atualização                    |
| Período de 12/07/2021 a 12/01/2022 | 70.000,00                    | Sem atualização                    |
| Período de 12/01/2022 a 08/07/2022 | 70.000,00                    | Sem atualização                    |
| Período de 08/07/2022 a 06/01/2023 | 70.000,00                    | Sem atualização                    |
| Período de 06/01/2023 a 07/07/2023 | 70.000,00                    | Sem atualização                    |
| Período de 07/07/2023 a 11/01/2024 | 70.000,00                    | Sem atualização                    |
| Período de 11/01/2024 a 10/07/2024 | 40.450,00                    | Sem atualização                    |
| Período de 10/07/2024 a 14/01/2025 | 70.000,00                    | Sem atualização                    |
| Período de 14/01/2025 a 14/07/2025 | 70.000,00                    | 82.000,00                          |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>670.450,00</b>            | <b>682.450,00</b>                  |



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

6.3. Dessa forma, com o objetivo de identificar o valor mais adequado para a presente contratação, é necessário considerar o histórico de valores praticados pela Câmara Municipal de Brasilândia em contratações vigentes, de modo a estabelecer um montante que atenda, de forma satisfatória, às necessidades de comunicação.

| <b>VL. ATUAL (Contrato n. 002/2020)</b> | <b>IPCA ACUMULADO (2020 até MARÇO/2025)</b> | <b>VL. ESTIMADO</b> |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------|
| R\$ 140.000,00                          | ≈ 36,05%                                    | R\$ 190.471,72      |

### **Resultado da Correção pelo IPCA (IBGE)**

#### **Dados básicos da correção pelo IPCA (IBGE)**

#### **Dados informados**

|               |                         |
|---------------|-------------------------|
| Data inicial  | 07/2020                 |
| Data final    | 03/2025                 |
| Valor nominal | R\$ 140.000,00 ( REAL ) |

#### **Dados calculados**

|                                 |                         |
|---------------------------------|-------------------------|
| Índice de correção no período   | 1,36051230              |
| Valor percentual correspondente | 36,051230 %             |
| Valor corrigido na data final   | R\$ 190.471,72 ( REAL ) |

Fonte: Banco Central do Brasil. Data da pesquisa 29/04/2025.

\*O cálculo da correção de valores pelo IGP-M foi atualizado e está mais preciso. Saiba mais clicando [aqui](#).

<https://www3.bcb.gov.br/CALCIDADA0/publico/corrigirPorIndice.do?method=corrigirPorIndice>

Considerando que, entre os anos de 2020 a 2024, não foi realizada a atualização dos valores contratuais com base no IPCA — em razão, principalmente, dos impactos da pandemia nos anos iniciais e da suspensão da publicidade institucional durante o período eleitoral de 2024 —, foi realizada uma pesquisa no índice IPCA para apurar a devida correção monetária do período.

Com base nesse levantamento, e levando-se em conta, ainda, as atuais demandas da comunicação institucional, incluindo a ampliação da presença nos meios digitais e a necessidade de modernização das ações de divulgação da

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

administração pública, a estimativa da Câmara Municipal de Brasilândia/MS para a contratação de serviços de publicidade, pelo período de 12 meses, é de **R\$ 190.471,72** (cento e noventa mil, quatrocentos e setenta e um reais e setenta e dois centavos). Este valor reflete tanto a atualização monetária quanto os investimentos necessários para atender às novas exigências da comunicação pública contemporânea.

Os serviços serão remunerados com estrita observância à Tabela de Referência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul – Sinapro MS – 2025, cuja cópia consta do anexo II, 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);
- 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.
- c) Desconto padrão concedido pelos veículos de divulgação, no percentual de 20% (vinte por cento) sobre a mídia, em conformidade com o art. 11 da Lei no 4.680/1965, regulamentado pelo Decreto no 57.690/1966, bem como o disposto na Lei nº 12.232/2010.

### **VII - Descrição da solução como um todo, inclusive das exigências relacionadas à manutenção e à assistência técnica, quando for o caso**

7.1. A solução proposta para atender às demandas de publicidade institucional da Câmara Municipal consiste na contratação de uma agência especializada em comunicação. A empresa contratada será responsável por desenvolver e implementar estratégias de comunicação eficazes, visando à maximização do alcance e impacto das campanhas. A proposta contempla a gestão completa do ciclo publicitário — desde o planejamento, criação e execução até a mensuração de resultados — assegurando uma abordagem integrada, eficiente e alinhada com os objetivos institucionais. No que se refere à manutenção e ao suporte técnico, o contrato incluirá cláusulas específicas que atribuem à agência a responsabilidade pela continuidade operacional das ações de comunicação, bem como pela prestação de suporte ágil e eficaz, garantindo a permanente otimização do desempenho das campanhas e a eficácia da comunicação institucional.

---

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

7.2. Nesse contexto, a descrição da solução abrange não apenas as etapas iniciais de planejamento e execução, mas também estabelece as bases para uma relação contratual eficiente e sustentável. Há ênfase na manutenção da qualidade das ações publicitárias, na busca por resultados consistentes e na garantia de suporte técnico especializado sempre que necessário. Essas medidas asseguram a continuidade e o aprimoramento das estratégias de comunicação, em consonância com as melhores práticas do setor e os interesses da Câmara Municipal.

### **7.3. Habilitação técnica**

#### **7.3.1. Documentação técnica**

7.3.1.1. 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 Concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no objeto;

7.3.1.2. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

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.

Considerando a complexidade e a natureza especializada dos serviços a serem contratados — que envolvem atividades técnicas e criativas interdependentes, como estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de campanhas publicitárias — é imprescindível que a contratada comprove experiência prévia na execução de serviços similares.

A exigência de habilitação técnica, mediante apresentação de atestados de capacidade técnica, visa garantir que a agência possua:

- Capacidade operacional e estrutural compatível com a demanda contratual;
- Know-how na criação e execução de campanhas publicitárias de forma integrada;
- Equipe técnica qualificada nas áreas de redação publicitária, direção de arte, planejamento de mídia, atendimento, produção gráfica e audiovisual;
- Conhecimento técnico para intermediar e supervisionar a veiculação de publicidade em diferentes mídias, com efetividade e economicidade.

#### **7.3.2. Qualificação econômico-financeira**

---

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

7.3.2.1. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, *caput*, inciso II);

7.3.2.2. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando:

índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);

7.3.2.2.1. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura; e

7.3.2.2.2. Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

7.3.2.2.3. Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.

7.3.2.2.4. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

7.3.2.2.5. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

Quanto à documentação de qualificação econômico-financeira a exigência se deve em virtude de ser necessário:

Garantia da Execução do Contrato:

- A atividade publicitária frequentemente envolve despesas antecipadas pela agência (como compra de mídia, produção de conteúdo e criação de campanhas). Assim, é essencial que a empresa demonstre saúde financeira para arcar com esses custos antes do reembolso pela administração.

Continuidade dos Serviços:

- Campanhas publicitárias exigem planejamento e execução contínuos. Se a empresa não tiver capacidade financeira, pode haver interrupções que comprometam os objetivos da comunicação governamental.

Risco de Inadimplência:



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

- Empresas com fragilidade econômica podem enfrentar dificuldades em cumprir obrigações trabalhistas, tributárias e contratuais, o que poderia afetar a imagem do órgão público e a eficácia das campanhas.

Segurança Jurídica e Eficiência Administrativa:

- Evita-se a contratação de empresas que possam entrar em colapso financeiro, garantindo que os recursos públicos sejam utilizados de forma eficiente e segura.

### **7.4. É vedada a participação de agências reunidas em consórcio:**

7.4.1. Justifica-se esta vedação por se tratar de ações que envolvam o desenvolvimento de uma campanha publicitária tais como planejamento prévio de pesquisa quanto ao público alvo, concepção/criação da peça publicitária, escolha dos meios de comunicação mais eficazes, abrangentes e inovadores no mercado, devam ocorrer de forma tecnicamente ordenada e concatenada, resguardadas as normas e legislações pertinentes vigentes, por equipe de profissionais que pertençam aos quadros sob a gestão de uma agência, para o alcance mais eficaz e eficiente da mensagem contida naquela campanha publicitária.

### **7.5. É vedada a participação de sociedades cooperativas e pessoas físicas:**

7.5.1. O certificado concedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (Cenp), documento obrigatório na fase de habilitação, atesta que a Agência possui qualificação, estrutura técnica e profissional em conformidade com a legislação e as Normas-Padrão da Atividade Publicitária. É, de fato, uma Agência de Publicidade, conforme estabelecem a legislação e a autorregulação uma empresa- pessoa jurídica- responsável pela criação, planejamento, produção e veiculação de campanhas publicitárias. Deve possuir habilitação técnica para prestar serviços de publicidade e dispõe de estrutura técnica e profissional. Deve estar habilitada a participar de concorrências públicas, para prestação de serviços de publicidade. Faz uso de estudos de pesquisa e informações de mídia para embasar as ações de comunicação de seus clientes.

### **VIII - justificativas para o parcelamento ou não da contratação**

8.1. Conforme dispõe o §3º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade licitados poderão ser adjudicados a mais de uma agência, desde que haja justificativa expressa, sendo vedada, contudo, a segmentação por itens ou contas publicitárias. Dessa forma, a possibilidade de contratação de mais de uma agência deve ser tratada como uma exceção à regra geral, que prevê a contratação de apenas uma agência, aplicável apenas quando devidamente demonstrada a necessidade por parte da Administração Pública.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

8.2. Considerando a realidade da Câmara Municipal de Brasilândia/MS, cuja demanda por serviços de publicidade é significativamente inferior àquela observada em entes públicos de maior porte, não se verifica justificativa técnica ou operacional para o parcelamento do objeto. A contratação de uma única agência é plenamente suficiente para atender, com eficiência e economicidade, às necessidades institucionais de comunicação da Câmara, em conformidade com os princípios da razoabilidade, eficiência e interesse público.

### **IX - Demonstrativo dos resultados pretendidos em termos de economicidade e de melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis**

9.1. A Câmara Municipal de Brasilândia/MS, por meio da contratação de serviços de publicidade institucional, busca fortalecer sua missão de comunicar com eficiência e eficácia as ações, programas e iniciativas legislativas junto à sociedade.

9.2. A utilização da expertise de agências especializadas, com profissionais qualificados e recursos técnicos adequados, possibilita maior alcance e impacto às divulgações institucionais. Isso contribui para a agilidade no desenvolvimento das campanhas e para o atendimento mais efetivo das demandas de comunicação da Câmara, especialmente diante dos desafios cotidianos enfrentados pela Administração Pública.

9.3. A presente contratação visa garantir o atingimento dos objetivos específicos de comunicação definidos para cada campanha, assegurando que as mensagens institucionais cheguem ao maior número possível de cidadãos, de forma clara, estratégica e eficaz. Busca-se, assim, competir pela atenção e compreensão do público em um ambiente saturado de informações provenientes do setor privado e dos mais diversos canais de divulgação.

9.4. Em síntese, a contratação de serviços publicitários especializados visa agregar qualidade, estratégia e eficiência à política de comunicação institucional da Câmara Municipal de Brasilândia/MS, promovendo a transparência, o acesso à informação e o fortalecimento do vínculo entre o Poder Legislativo e a população.

### **X - Providências a serem adotadas pela administração previamente à celebração do contrato, inclusive quanto à capacitação de servidores para fiscalização e gestão contratual**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

10.1. A Câmara Municipal de Brasilândia/MS deverá adotar os procedimentos necessários para a formação da subcomissão técnica, conforme previsto na Lei nº 12.232/2010, a qual será responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas no processo licitatório.

10.2. Ademais, não se fazem necessárias adequações no ambiente interno da Câmara para a execução do objeto contratual, uma vez que os serviços publicitários serão prestados diretamente pela agência contratada e por seus fornecedores. Da mesma forma, não se verifica a necessidade de capacitação específica da equipe designada para a fiscalização do contrato, considerando que as atribuições inerentes ao acompanhamento da execução contratual já integram as competências ordinárias da estrutura administrativa existente.

### **XI - Contratações correlatas e/ou interdependentes**

11. Cabe destacar que o Contrato n.º 002/2020, firmado com a empresa JRA Comunicações Ltda, permanece vigente, com término previsto para o dia 14 de julho de 2025. Considerando que o referido processo possui objeto idêntico ao da presente contratação, reconhece-se a existência de correlação material entre ambos. Assim, a nova contratação, ora em fase de instrução, somente poderá ter início após o encerramento do contrato vigente, salvo hipótese de extinção antecipada devidamente motivada e formalizada nos termos da legislação aplicável.

### **XII - Descrição de possíveis impactos ambientais e respectivas medidas mitigadoras, incluídos requisitos de baixo consumo de energia e de outros recursos, bem como logística reversa para desfazimento e reciclagem de bens e refugos, quando aplicável**

12. Embora a contratação de uma agência de publicidade não gere impactos ambientais diretos significativos, existem diversas estratégias para mitigar tais efeitos por meio da adoção de práticas sustentáveis. A Câmara Municipal de Brasilândia/MS pode orientar a contratação de uma agência que implemente políticas ambientais responsáveis, como o uso de materiais recicláveis, a otimização das campanhas digitais e a redução do desperdício. Além disso, ao alinhar as práticas publicitárias com políticas públicas ambientais, é possível transformar a publicidade em uma ferramenta não apenas informativa, mas também educativa, contribuindo para a conscientização e promoção de um ambiente mais sustentável.

### **XIII - Gerenciamento de risco**

|                |                                                  |
|----------------|--------------------------------------------------|
| <b>RISCO 1</b> | Atraso no processo administrativo de contratação |
| <b>ETAPA</b>   | ( x )Planejamento ( ) Seleção do fornecedor      |

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: licitacao@cmbras.ms.gov.br /**

**compras@cmbras.ms.gov.br**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      | ( ) Execução do Contrato                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Probabilidade</b> | ( ) Muito baixo ( X ) baixo ( ) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                                                                                                                                                                                  |
| <b>Impacto</b>       | ( ) Muito baixo ( ) baixo ( ) médio<br>(x) alto ( ) muito alto                                                                                                                                                                                    |
| <b>Medida (s)</b>    | Elaboração dos documentos do processo de contratação seguindo as normas vigentes. Evidenciar no Termo de Referência o prazo para início da prestação do serviço. Observar falhas de outros processos licitatórios com o mesmo objeto e evitá-las. |
| <b>Responsável</b>   | Equipe de Planejamento                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>RISCO 2</b>       | Ausência de recursos orçamentários ou financeiros para a sustentação da solução                                                                                                                                                                   |
| <b>ETAPA</b>         | ( ) Planejamento ( ) Seleção do fornecedor<br>( x ) Execução do Contrato                                                                                                                                                                          |
| <b>Probabilidade</b> | ( ) Muito baixo ( x ) baixo ( ) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                                                                                                                                                                                  |
| <b>Impacto</b>       | ( ) Muito baixo ( ) baixo ( x ) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                                                                                                                                                                                  |
| <b>Medida (s)</b>    | Incluir os custos da sustentação da solução no planejamento financeiro institucional                                                                                                                                                              |
| <b>Responsável</b>   | Ordenador de despesas                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>RISCO 3</b>       | Contratada não cumprir com as obrigações contratuais de fornecimento de serviço                                                                                                                                                                   |
| <b>ETAPA</b>         | ( ) Planejamento ( ) Seleção do fornecedor<br>( X ) Execução do Contrato                                                                                                                                                                          |
| <b>Probabilidade</b> | ( ) Muito baixo ( x ) baixo ( ) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                                                                                                                                                                                  |
| <b>Impacto</b>       | ( ) Muito baixo ( ) baixo ( ) médio<br>( X ) alto ( ) muito alto                                                                                                                                                                                  |
| <b>Medida (s)</b>    | Acompanhamento contínuo quanto ao cumprimento das obrigações estabelecidas pelo contrato. Aplicar as sanções previstas no processo.                                                                                                               |
| <b>Responsável</b>   | Fiscal do contrato                                                                                                                                                                                                                                |

| I<br>M<br>P<br>A<br>C<br>T<br>O | P R O B A B I L I D A D E |                |         |       |      |               |
|---------------------------------|---------------------------|----------------|---------|-------|------|---------------|
|                                 |                           | MUITO<br>BAIXO | BAIXO   | MÉDIO | ALTO | MUITO<br>ALTO |
|                                 | MUITO<br>ALTO             |                |         |       |      |               |
|                                 | ALTO                      |                | Risco 1 |       |      |               |

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

|   |             |  |         |  |  |  |
|---|-------------|--|---------|--|--|--|
| O |             |  | Risco 3 |  |  |  |
|   | MÉDIO       |  | Risco 2 |  |  |  |
|   | BAIXO       |  |         |  |  |  |
|   | MUITO BAIXO |  |         |  |  |  |

LEGENDA: Vermelho: Risco extremo – Amarelo: Risco alto – Branco: Risco médio e Verde: Risco baixo.

### **XIV - Posicionamento conclusivo sobre a adequação da contratação para o atendimento da necessidade a que se destina**

14.1. Considerando os elementos coletados e a fundamentação deste estudo, especialmente no que se refere à solução de mercado escolhida, a Equipe de Planejamento conclui que a contratação é viável e necessária para atender às necessidades e interesses deste órgão público, garantindo a eficácia e a eficiência na execução das atividades previstas.

O presente estudo técnico preliminar e gerenciamento de risco foram elaborados pela seguinte equipe de planejamento da contratação:

Brasilândia/MS, 15 de maio de 2025.

#### **EQUIPE TÉCNICA DE PLANEJAMENTO:**

Natalia dos Santos Souza  
Matrícula: 152-1 - Assessor Legislativo

Aparecida de Fátima da Cruz Candido da Silva  
Matrícula: 4-1 – Auxiliar Administrativo

Rosangela Vieira dos Santos  
Matrícula: 153-2 – Assessor Legislativo

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

Maria Jovelina Da Silva  
Presidente da Câmara Municipal



# **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

## **ANEXO I**

### **BRIEFING**

#### **CAMPANHA PUBLICITARIA DA CAMARA DE BRASILANDIA – MS**

##### **1.0. Missão**

Campanha publicitária institucional com conteúdo de caráter educativo, informativo e de orientação social, voltada a informar a população sobre a importância do Poder Legislativo e o verdadeiro papel do Vereador.

##### **1.1. Histórico de Brasilândia – MS**

Brasilândia, localizada no leste de Mato Grosso do Sul, tem sua origem ligada aos povos indígenas Ofaié, os primeiros habitantes da região. A partir de 1914, com a construção da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil, iniciou-se a ocupação por colonizadores e empresas estrangeiras.

Na década de 1940, a área pertencia à companhia inglesa Brasil Land Cattle Co., até ser desapropriada e incorporada à União. Em 1957, Joaquim Cândido da Silva fundou o povoado que deu origem à cidade. Brasilândia tornou-se distrito em 1961 e foi elevada à categoria de município em 14 de novembro de 1963, com instalação oficial em 25 de abril de 1965, data que marca sua emancipação política. Hoje, o município é composto pelos distritos de Brasilândia (sede) e Debrasa, e se destaca por sua importância histórica, cultural e econômica na região.

##### **1.2. Histórico da Câmara Municipal de Brasilândia**

A Câmara Municipal de Brasilândia-MS foi instalada oficialmente em 25 de abril de 1965, junto com a emancipação política do município. Desde então, atua na criação de leis, fiscalização do Poder Executivo e na representação da população.

Atualmente, a Câmara é composta por nove vereadores eleitos para a legislatura 2025–2028:

- Dr. José Ricardo (MDB)
- Juliane do Porto (MDB)
- Serginho Doo (PL)
- Fisioterapeuta Dr. Alexandre (PSDB)
- Cezar Malta (PSDB)
- Jo Silva (PSDB)
- Quintino do Agro (PL)
- Edinho do Master (PODE)

---

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

- Quinca da Fenix (PP)

As sessões ordinárias ocorrem todas as segundas-feiras, às 18h, com participação aberta ao público e transmissões ao vivo pelos canais oficiais da Câmara.

O Vereador, considerado o político mais antigo do Brasil, começou a atuar em 1532, com a criação da Câmara Municipal de São Vicente, no estado de São Paulo. Foi neste ano que aconteceu a primeira eleição legislativa do país, marcando o início da história do Poder Legislativo no Brasil. Na época, os vereadores eram conhecidos como “homens bons” – cidadãos respeitados e proprietários locais – responsáveis por administrar as vilas coloniais, fiscalizar, aplicar normas e representar os interesses da população.

Ao longo da história do país, o Poder Legislativo só deixou de existir em dois momentos, ambos durante o governo de Getúlio Vargas: de 1930 a 1934, quando o Congresso Nacional foi dissolvido até a promulgação da nova Constituição; e de 1937 a 1946, durante o regime do Estado Novo, em que o Legislativo foi novamente fechado. Com o fim do regime autoritário e o retorno da democracia, em 1946, o Legislativo voltou com ainda mais força. Em 1947, foram realizadas eleições gerais, e em 1º de janeiro de 1948, prefeitos e vereadores eleitos em todo o país tomaram posse.

O Vereador é o representante mais próximo da população. Ele é quem recebe diretamente as reivindicações dos moradores, identifica os problemas da comunidade e busca providências junto aos órgãos competentes. Embora muitos acreditem que o vereador pode realizar obras ou contratar servidores, essa não é sua função.

O vereador não tem o poder de executar obras, contratar ou demitir funcionários públicos – isso é responsabilidade do Poder Executivo (Prefeitura). Sua função principal é legislar, fiscalizar e representar o povo.

Na Câmara Municipal, os vereadores têm o dever de:

- Elaborar, discutir e votar leis municipais;
- Fiscalizar a aplicação dos recursos públicos;
- Acompanhar a execução de obras e investimentos com verbas municipais, estaduais e federais;
- Monitorar a execução das principais leis orçamentárias, como:
- PPA (Plano Plurianual),
- LDO (Lei de Diretrizes Orçamentárias),



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

- LOA (Lei Orçamentária Anual).

Cabe também ao vereador atuar de forma independente e responsável, tendo sempre coragem de concordar com o que considera certo e discordar daquilo que julga errado, mantendo uma postura ética, transparente e comprometida com o bem-estar da comunidade.

A participação popular é essencial para fortalecer a democracia local. A população pode acompanhar as sessões da Câmara, enviar sugestões ou reivindicações aos parlamentares por e-mail, telefone, cartas ou pessoalmente, indo até a Casa de Leis. É fundamental que os moradores se envolvam, cobrem dos seus representantes e ajudem a construir uma cidade com mais justiça, infraestrutura, educação, saúde e qualidade de vida.

Conhecer o verdadeiro papel do vereador é um passo importante para fortalecer a cidadania. Em Brasilândia, como em todo o Brasil, o Poder Legislativo Municipal tem um papel essencial na construção de uma sociedade mais justa e participativa.

### **2- Campanha**

A Câmara Municipal de Brasilândia-MS, enquanto Poder Público, tem como um de seus principais objetivos tornar público o trabalho realizado pelos seus nove vereadores, que atuam como agentes fiscalizadores e legisladores. Isso inclui a apresentação de indicações, projetos de lei e a participação em ações, fatos e decisões que impactam diretamente a vida do cidadão e o cotidiano do município.

A comunicação institucional do Legislativo de Brasilândia precisa de planejamento estratégico, com foco nas ações da Casa de Leis, para garantir uma interação cada vez mais efetiva com a população, cumprindo, assim, os princípios da democracia participativa.

A Câmara preza pela clareza e transparência, pilares fundamentais para o acesso às informações públicas, conforme garante a Constituição Federal. É dever do Poder Legislativo atuar de forma ética, responsável e objetiva, inclusive na contratação de agências que contribuam para o fortalecimento da imagem institucional e para o cumprimento de seus objetivos de interesse público.

A imagem da Câmara Municipal deve ser respeitada e valorizada, fortalecendo sua identidade como Casa do Povo. Por isso, é essencial a elaboração de um planejamento completo de mídia e marketing institucional — abrangendo rádio, jornais, impressos, sites e mídias sociais — desenvolvido por agência de publicidade, sob orientação e supervisão da Assessoria de Imprensa da Câmara.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

Essa estratégia visa promover, com eficiência, a divulgação das ações do Legislativo, aproximando o cidadão de seus representantes e reforçando os princípios da transparência e da participação popular.

### **3- Papel do Vereador**

Os vereadores são agentes políticos eleitos para representar a população no Legislativo municipal, com mandatos de quatro anos. Sua atuação é pautada pelas demandas da comunidade, identificadas por meio do contato direto com os moradores e entidades locais.

Cabe ao vereador propor leis, fiscalizar o Executivo e buscar soluções para questões como saúde, educação, transporte, saneamento, moradia, segurança, meio ambiente e qualidade dos serviços públicos. Embora não tenham o poder de executar obras, são responsáveis por encaminhar as reivindicações da população aos órgãos competentes.

Além disso, os vereadores participam das sessões plenárias, votam projetos de lei, integram comissões, concorrem à Mesa Diretiva e defendem propostas que visem ao interesse coletivo.

Ao eleger um vereador, a população escolhe seu porta-voz junto à administração pública e demais instituições, reforçando o papel da Câmara como a Casa do Povo.

### **4- Objetivo**

Informar a sociedade de Brasilândia sobre as verdadeiras atribuições dos vereadores e promover o exercício pleno da cidadania são objetivos fundamentais da Câmara Municipal. Isso inclui incentivar a participação da população nas sessões plenárias, audiências públicas e demais ações legislativas, fortalecendo o elo entre o povo e seus representantes.

A comunicação institucional do Poder Legislativo desempenha um papel essencial ao divulgar direitos, deveres e as ações da Câmara, mostrando os impactos positivos das decisões tomadas em benefício da comunidade. Nesse sentido, a comunicação pública exerce uma função estratégica na valorização da cidadania e na transparência do poder público.

O trabalho da Câmara Municipal de Brasilândia junto à mídia tem se fortalecido nos últimos anos. Por meio de seu site oficial e canais digitais, a população pode acompanhar de forma clara e acessível a atuação dos vereadores, incluindo projetos de lei, requerimentos, moções, decretos legislativos e demais atividades parlamentares que impactam diretamente a vida no município.

#### **4.1 - Objetivo Principal**

I – Divulgar informações relevantes sobre as atividades e iniciativas dos diversos setores da Câmara Municipal;

---

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

II – Incentivar a participação popular nos debates e na construção de políticas públicas fundamentais para o desenvolvimento de Brasilândia;

III – Promover o conhecimento dos direitos dos cidadãos e dos serviços públicos disponíveis à população;

IV – Esclarecer projetos e ações legislativas, apresentando de forma acessível as políticas propostas pelo Poder Legislativo nas áreas de maior interesse da sociedade.

V – Fortalecer a transparência pública, garantindo que as ações dos vereadores sejam acessíveis e compreendidas pela população;

VI – Valorizar o papel do Poder Legislativo, mostrando sua importância na fiscalização e elaboração de leis que impactam diretamente o cotidiano dos cidadãos;

VII – Aproximar a Câmara da comunidade, promovendo ações de escuta ativa, como audiências públicas, consultas populares e canais de diálogo direto com a população;

VIII – Utilizar meios de comunicação modernos e acessíveis, como redes sociais, site oficial, rádio e TV, para ampliar o alcance das informações legislativas;

IX – Contribuir para a educação política da população, esclarecendo conceitos básicos sobre o funcionamento dos poderes públicos e a importância do voto consciente;

X – Registrar e divulgar a memória institucional, preservando a história das ações legislativas, dos mandatos e da evolução política do município.

### **5.0 - Público Alvo**

População de Brasilândia em geral.

### **6.0 - Execução**

Esta campanha tem como objetivo conscientizar os cidadãos de Brasilândia-MS sobre a importância do Poder Legislativo e o verdadeiro papel do vereador na representação e defesa dos interesses da comunidade.

### **7.0 – Atribuições das Licitantes**

I – Divulgar as ações de fiscalização do Poder Legislativo sobre o Executivo, com destaque para o Portal da Transparência, ferramenta pela qual o cidadão pode acompanhar a publicação dos Relatórios de Gestão Fiscal e de Execução Orçamentária da Câmara Municipal de Brasilândia-MS;

II – Informar sobre as Audiências Públicas realizadas pela Casa de Leis e seus respectivos resultados, promovendo a participação popular e o controle social;

---

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

III – Cumprir o que determina a Constituição Federal (art. 37, caput e §1º), assegurando a publicidade institucional dos atos, sem promover qualquer autoridade individualmente;

IV – Divulgar os projetos de lei, leis aprovadas e demais matérias legislativas deliberadas pelos vereadores, de forma clara e acessível;

V – Estimular o cidadão ao conhecimento e compreensão do papel da Câmara Municipal, seus limites e potencialidades, percebendo-a como espaço legítimo de representação do povo;

VI – Levar ao conhecimento público informações sobre os atos, serviços e atividades da Câmara Municipal, com caráter informativo, institucional e transparente, em conformidade com o princípio da publicidade dos atos administrativos.

### **8.0 – Abrangência**

A campanha deverá ter abrangência local, sendo veiculada nos meios de comunicação disponíveis em Brasilândia-MS, incluindo rádio, mídia impressa, internet, redes sociais, carros de som, painéis digitais, eventos e demais canais que permitam uma ampla difusão das informações junto à comunidade.

O objetivo é massificar o alcance da mensagem, conscientizando a população sobre a importância do Poder Legislativo Municipal e o papel fundamental do vereador como representante legítimo da sociedade na fiscalização do Executivo, na elaboração de leis e na defesa dos interesses coletivos.

A campanha deverá atingir públicos de todas as idades e regiões do município, promovendo a aproximação da Câmara Municipal com os cidadãos e incentivando o engajamento popular nas atividades legislativas, como audiências públicas e sessões plenárias. Para isso, os conteúdos deverão ser elaborados com linguagem acessível, visual atrativo e foco educativo, informativo e institucional.

### **8 - Informações complementares**

Outros dados e informações podem ser obtidos através do site

<https://www.cmbras.ms.gov.br/>

### **9.0 - Investimentos disponível**

A disponibilidade de recursos estabelecida no Orçamento da Câmara de Vereadores é de R\$ 13.500,00 (treze mil e quinhentos reais) para a referida campanha.

### **10. – Período de veiculação:**

30 (trinta) dias

---

**ALAMEDA PROFESSOR ARTHUR HOFIG, 1175, JARDIM CAMARGO, BRASILÂNDIA-MS**

**CEP 79.670-000 – TEL. 67 3546-1204 - e-mail: [licitacao@cmbras.ms.gov.br](mailto:licitacao@cmbras.ms.gov.br) /**

**[compras@cmbras.ms.gov.br](mailto:compras@cmbras.ms.gov.br)**



Documento assinado digitalmente por ROSANGELA VIEIRA DOS SANTOS, Assessor Parlamentar, em 15/05/2025, às 10:35, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul.

Documento assinado digitalmente por APARECIDA DE FATIMA DA CRUZ CANDIDO DA SILVA, Auxiliar Administrativo, em 15/05/2025, às 10:55, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul.

Documento assinado digitalmente por NATALIA DOS SANTOS SOUZA, Assessor Parlamentar, em 15/05/2025, às 11:00, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul.

Documento assinado digitalmente por MARIA JOVELINA DA SILVA, Presidente, em 15/05/2025, às 13:43, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul.

## **BRIEFING**

### **CAMPANHA PUBLICITARIA DA CAMARA DE BRASILANDIA – MS**

#### **1.0. Missão**

Campanha publicitária institucional com conteúdo de caráter educativo, informativo e de orientação social, voltada a informar a população sobre a importância do Poder Legislativo e o verdadeiro papel do Vereador.

#### **1.1. Histórico de Brasilândia – MS**

Brasilândia, localizada no leste de Mato Grosso do Sul, tem sua origem ligada aos povos indígenas Ofaié, os primeiros habitantes da região. A partir de 1914, com a construção da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil, iniciou-se a ocupação por colonizadores e empresas estrangeiras.

Na década de 1940, a área pertencia à companhia inglesa Brasil Land Cattle Co., até ser desapropriada e incorporada à União. Em 1957, Joaquim Cândido da Silva fundou o povoado que deu origem à cidade. Brasilândia tornou-se distrito em 1961 e foi elevada à categoria de município em 14 de novembro de 1963, com instalação oficial em 25 de abril de 1965, data que marca sua emancipação política. Hoje, o município é composto pelos distritos de Brasilândia (sede) e Debrasa, e se destaca por sua importância histórica, cultural e econômica na região.

#### **1.2. Histórico da Câmara Municipal de Brasilândia**

A Câmara Municipal de Brasilândia-MS foi instalada oficialmente em 25 de abril de 1965, junto com a emancipação política do município. Desde então, atua na criação de leis, fiscalização do Poder Executivo e na representação da população.

Atualmente, a Câmara é composta por nove vereadores eleitos para a legislatura 2025–2028:

- Dr. José Ricardo (MDB)
- Juliane do Porto (MDB)
- Serginho Doo (PL)
- Fisioterapeuta Dr. Alexandre (PSDB)
- Cezar Malta (PSDB)
- Jo Silva (PSDB)
- Quintino do Agro (PL)
- Edinho do Master (PODE)
- Quinca da Fenix (PP)

As sessões ordinárias ocorrem todas as segundas-feiras, às 18h, com participação aberta ao público e transmissões ao vivo pelos canais oficiais da Câmara.

O Vereador, considerado o político mais antigo do Brasil, começou a atuar em 1532, com a criação da Câmara Municipal de São Vicente, no estado de São Paulo. Foi neste ano que aconteceu a primeira eleição legislativa do país,

marcando o início da história do Poder Legislativo no Brasil. Na época, os vereadores eram conhecidos como “homens bons” – cidadãos respeitados e proprietários locais – responsáveis por administrar as vilas coloniais, fiscalizar, aplicar normas e representar os interesses da população.

Ao longo da história do país, o Poder Legislativo só deixou de existir em dois momentos, ambos durante o governo de Getúlio Vargas: de 1930 a 1934, quando o Congresso Nacional foi dissolvido até a promulgação da nova Constituição; e de 1937 a 1946, durante o regime do Estado Novo, em que o Legislativo foi novamente fechado. Com o fim do regime autoritário e o retorno da democracia, em 1946, o Legislativo voltou com ainda mais força. Em 1947, foram realizadas eleições gerais, e em 1º de janeiro de 1948, prefeitos e vereadores eleitos em todo o país tomaram posse.

O Vereador é o representante mais próximo da população. Ele é quem recebe diretamente as reivindicações dos moradores, identifica os problemas da comunidade e busca providências junto aos órgãos competentes. Embora muitos acreditem que o vereador pode realizar obras ou contratar servidores, essa não é sua função.

O vereador não tem o poder de executar obras, contratar ou demitir funcionários públicos – isso é responsabilidade do Poder Executivo (Prefeitura). Sua função principal é legislar, fiscalizar e representar o povo.

Na Câmara Municipal, os vereadores têm o dever de:

- Elaborar, discutir e votar leis municipais;
- Fiscalizar a aplicação dos recursos públicos;
- Acompanhar a execução de obras e investimentos com verbas municipais, estaduais e federais;
- Monitorar a execução das principais leis orçamentárias, como:
- PPA (Plano Plurianual),
- LDO (Lei de Diretrizes Orçamentárias),
- LOA (Lei Orçamentária Anual).

Cabe também ao vereador atuar de forma independente e responsável, tendo sempre coragem de concordar com o que considera certo e discordar daquilo que julga errado, mantendo uma postura ética, transparente e comprometida com o bem-estar da comunidade.

A participação popular é essencial para fortalecer a democracia local. A população pode acompanhar as sessões da Câmara, enviar sugestões ou reivindicações aos parlamentares por e-mail, telefone, cartas ou pessoalmente, indo até a Casa de Leis. É fundamental que os moradores se envolvam, cobrem dos seus representantes e ajudem a construir uma cidade com mais justiça, infraestrutura, educação, saúde e qualidade de vida.

Conhecer o verdadeiro papel do vereador é um passo importante para fortalecer a cidadania. Em Brasilândia, como em todo o Brasil, o Poder Legislativo Municipal tem um papel essencial na construção de uma sociedade mais justa e participativa.

## **2- Campanha**

A Câmara Municipal de Brasilândia-MS, enquanto Poder Público, tem como um de seus principais objetivos tornar público o trabalho realizado pelos seus nove vereadores, que atuam como agentes fiscalizadores e legisladores. Isso inclui a apresentação de indicações, projetos de lei e a participação em ações, fatos e decisões que impactam diretamente a vida do cidadão e o cotidiano do município.

A comunicação institucional do Legislativo de Brasilândia precisa de planejamento estratégico, com foco nas ações da Casa de Leis, para garantir uma interação cada vez mais efetiva com a população, cumprindo, assim, os princípios da democracia participativa.

A Câmara preza pela clareza e transparência, pilares fundamentais para o acesso às informações públicas, conforme garante a Constituição Federal. É dever do Poder Legislativo atuar de forma ética, responsável e objetiva, inclusive na contratação de agências que contribuam para o fortalecimento da imagem institucional e para o cumprimento de seus objetivos de interesse público.

A imagem da Câmara Municipal deve ser respeitada e valorizada, fortalecendo sua identidade como Casa do Povo. Por isso, é essencial a elaboração de um planejamento completo de mídia e marketing institucional — abrangendo rádio, jornais, impressos, sites e mídias sociais — desenvolvido por agência de publicidade, sob orientação e supervisão da Assessoria de Imprensa da Câmara.

Essa estratégia visa promover, com eficiência, a divulgação das ações do Legislativo, aproximando o cidadão de seus representantes e reforçando os princípios da transparência e da participação popular.

## **3- Papel do Vereador**

Os vereadores são agentes políticos eleitos para representar a população no Legislativo municipal, com mandatos de quatro anos. Sua atuação é pautada pelas demandas da comunidade, identificadas por meio do contato direto com os moradores e entidades locais.

Cabe ao vereador propor leis, fiscalizar o Executivo e buscar soluções para questões como saúde, educação, transporte, saneamento, moradia, segurança, meio ambiente e qualidade dos serviços públicos. Embora não tenham o poder de executar obras, são responsáveis por encaminhar as reivindicações da população aos órgãos competentes.

Além disso, os vereadores participam das sessões plenárias, votam projetos de lei, integram comissões, concorrem à Mesa Diretiva e defendem propostas que visem ao interesse coletivo.

Ao eleger um vereador, a população escolhe seu porta-voz junto à administração pública e demais instituições, reforçando o papel da Câmara como a Casa do Povo.

## **4- Objetivo**

Informar a sociedade de Brasilândia sobre as verdadeiras atribuições dos vereadores e promover o exercício pleno da cidadania são objetivos fundamentais da Câmara Municipal. Isso inclui incentivar a participação da população nas sessões plenárias, audiências públicas e demais ações legislativas, fortalecendo o elo entre o povo e seus representantes.

A comunicação institucional do Poder Legislativo desempenha um papel essencial ao divulgar direitos, deveres e as ações da Câmara, mostrando os impactos positivos das decisões tomadas em benefício da comunidade. Nesse sentido, a comunicação pública exerce uma função estratégica na valorização da cidadania e na transparência do poder público.

O trabalho da Câmara Municipal de Brasilândia junto à mídia tem se fortalecido nos últimos anos. Por meio de seu site oficial e canais digitais, a população pode acompanhar de forma clara e acessível a atuação dos vereadores, incluindo projetos de lei, requerimentos, moções, decretos legislativos e demais atividades parlamentares que impactam diretamente a vida no município.

### **4.1 - Objetivo Principal**

I – Divulgar informações relevantes sobre as atividades e iniciativas dos diversos setores da Câmara Municipal;

II – Incentivar a participação popular nos debates e na construção de políticas públicas fundamentais para o desenvolvimento de Brasilândia;

III – Promover o conhecimento dos direitos dos cidadãos e dos serviços públicos disponíveis à população;

IV – Esclarecer projetos e ações legislativas, apresentando de forma acessível as políticas propostas pelo Poder Legislativo nas áreas de maior interesse da sociedade.

V – Fortalecer a transparência pública, garantindo que as ações dos vereadores sejam acessíveis e compreendidas pela população;

VI – Valorizar o papel do Poder Legislativo, mostrando sua importância na fiscalização e elaboração de leis que impactam diretamente o cotidiano dos cidadãos;

VII – Aproximar a Câmara da comunidade, promovendo ações de escuta ativa, como audiências públicas, consultas populares e canais de diálogo direto com a população;

VIII – Utilizar meios de comunicação modernos e acessíveis, como redes sociais, site oficial, rádio e TV, para ampliar o alcance das informações legislativas;

IX – Contribuir para a educação política da população, esclarecendo conceitos básicos sobre o funcionamento dos poderes públicos e a importância do voto consciente;

X – Registrar e divulgar a memória institucional, preservando a história das ações legislativas, dos mandatos e da evolução política do município.

## **5.0 - Público Alvo**

População de Brasilândia em geral.

## **6.0 - Execução**

Esta campanha tem como objetivo conscientizar os cidadãos de Brasilândia-MS sobre a importância do Poder Legislativo e o verdadeiro papel do vereador na representação e defesa dos interesses da comunidade.

## **7.0 – Atribuições das Licitantes**

I – Divulgar as ações de fiscalização do Poder Legislativo sobre o Executivo, com destaque para o Portal da Transparência, ferramenta pela qual o cidadão pode acompanhar a publicação dos Relatórios de Gestão Fiscal e de Execução Orçamentária da Câmara Municipal de Brasilândia-MS;

II – Informar sobre as Audiências Públicas realizadas pela Casa de Leis e seus respectivos resultados, promovendo a participação popular e o controle social;

III – Cumprir o que determina a Constituição Federal (art. 37, caput e §1º), assegurando a publicidade institucional dos atos, sem promover qualquer autoridade individualmente;

IV – Divulgar os projetos de lei, leis aprovadas e demais matérias legislativas deliberadas pelos vereadores, de forma clara e acessível;

V – Estimular o cidadão ao conhecimento e compreensão do papel da Câmara Municipal, seus limites e potencialidades, percebendo-a como espaço legítimo de representação do povo;

VI – Levar ao conhecimento público informações sobre os atos, serviços e atividades da Câmara Municipal, com caráter informativo, institucional e transparente, em conformidade com o princípio da publicidade dos atos administrativos.

## **8.0 – Abrangência**

A campanha deverá ter abrangência local, sendo veiculada nos meios de comunicação disponíveis em Brasilândia-MS, incluindo rádio, mídia impressa, internet, redes sociais, carros de som, painéis digitais, eventos e demais canais que permitam uma ampla difusão das informações junto à comunidade.

O objetivo é massificar o alcance da mensagem, conscientizando a população sobre a importância do Poder Legislativo Municipal e o papel fundamental do vereador como representante legítimo da sociedade na fiscalização do Executivo, na elaboração de leis e na defesa dos interesses coletivos.

A campanha deverá atingir públicos de todas as idades e regiões do município, promovendo a aproximação da Câmara Municipal com os cidadãos e incentivando o engajamento popular nas atividades legislativas, como audiências públicas e sessões plenárias. Para isso, os conteúdos deverão ser elaborados com linguagem acessível, visual atrativo e foco educativo, informativo e institucional.

## **8 - Informações complementares**

Outros dados e informações podem ser obtidos através do site

<https://www.cmbras.ms.gov.br/>

#### **9.0 - Investimentos disponível**

A disponibilidade de recursos estabelecida no Orçamento da Câmara de Vereadores é de R\$ 13.500,00(treze mil e quinhentos reais) para a referida campanha.

#### **10. – Período de veiculação:**

30 (trinta) dias



A autenticidade deste documento pode ser conferida em  
<https://cmbras.processo.digital/autenticidade>, informando o código  
do documento **00022765** e chave de segurança **6B6 273 592**.



Documento autenticado via usuário e senha, por ROSANGELA VIEIRA DOS SANTOS,  
Assessor Parlamentar, em 15/05/2025, às 10:43, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023,  
horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

**Anexo III –**  
**Conteúdo da Proposta Técnica**

**CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA**

A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com o disposto a seguir:

A composição da Nota Técnica (NT) será baseada em avaliação objetiva dos seguintes elementos:

- I – Plano de Comunicação Publicitária**, com pontuação máxima de 70 (setenta) pontos;
- II – Conjunto de Informações**, com pontuação máxima de 30 (trinta) pontos.

**I - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** - consistirá em um caderno impresso em papel tamanho A4 (210 x 297mm), sob a forma de layout, roteiro, storyboard, tabelas e textos de tipografia Arial, tamanho 11, sem condensação e entrelinhamento simples, e será composta de quatro quesitos:

| QUESITOS                             | SUBQUESITOS                                |    |
|--------------------------------------|--------------------------------------------|----|
| 1. Plano de Comunicação Publicitária | I. Raciocínio Básico                       | 10 |
|                                      | II. Estratégia de Comunicação Publicitária | 25 |
|                                      | III. Ideia Criativa                        | 25 |



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

|                 |                                     |           |
|-----------------|-------------------------------------|-----------|
|                 | IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia | 10        |
| <b>Subtotal</b> |                                     | <b>70</b> |

**I – Raciocínio Básico – até 10 (dez) pontos**, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, avaliando:

- a) A precisão na compreensão das características, funções e do papel da Câmara Municipal de Brasilândia nos contextos social, político e econômico;
- b) A adequada compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações da Câmara com seus públicos, bem como das atividades relevantes para a comunicação publicitária;
- c) A assertividade na análise do desafio de comunicação e dos objetivos expressos no briefing.

**II – Estratégia de Comunicação Publicitária – até 25 (vinte e cinco) pontos**, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, avaliando:

- a) A adequação do conceito proposto à natureza institucional da Câmara e ao desafio de comunicação, bem como o potencial de desdobramentos positivos;
- b) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito;
- c) A adequação, estruturação e viabilidade de execução da estratégia de comunicação proposta;
- d) A articulação entre os elementos da comunicação publicitária, os públicos-alvo, os objetivos de comunicação, o desafio apresentado e os recursos disponíveis.

**III – Ideia Criativa – até 25 (vinte e cinco) pontos** sob a forma de exemplos de peças publicitárias, sendo uma peça em 01 (uma) página para cada um dos seguintes meios, totalizando 04 (quatro) páginas: Jornal ou Revista: layout; Outdoor: layout; Full Banner internet: layout e Spot ou Jingle/Rádio: roteiro, avaliando:

- a) A adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação, considerando sua exequibilidade nas peças e/ou materiais apresentados;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

- b) O alinhamento da ideia com a estratégia de comunicação proposta;
- c) A combinação dos elementos criativos, simplicidade da apresentação e adequação da linguagem aos meios e públicos sugeridos;
- d) O potencial de desdobramentos comunicacionais e a capacidade de gerar interpretações favoráveis, conforme demonstrado nos exemplos apresentados;
- e) A pertinência da proposta às atividades de comunicação da Câmara, considerando o contexto social, político e econômico.

**IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia – até 10 (dez) pontos**, apresentada sob a forma de textos de no máximo 04 (quatro) páginas, permitida dentro do limite dessas 04 (quatro) páginas a inclusão de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

Exclusivamente na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

Será avaliado:

- a) O conhecimento demonstrado sobre os hábitos de consumo de mídia dos públicos-alvo e a capacidade analítica na interpretação desses dados;
- b) A consistência do plano simulado de distribuição das peças de mídia;
- c) A economicidade da aplicação dos recursos e otimização da veiculação;
- d) A adequação e a eficiência do uso de recursos próprios de comunicação do Câmara de Brasilândia – MS.

O plano de comunicação publicitária será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria em invólucro padronizado fornecido previamente pela Câmara Municipal de Brasilândia-MS, e outra com a identificação.

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.

Será vedada a aposição, ao invólucro e conteúdo destinado às informações da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de qualquer marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do seu proponente/autor antes ou depois da abertura do invólucro; ela deverá ser apresentada da seguinte forma, não podendo ultrapassar as 12 (doze) páginas:

- em papel sulfite A4, branco;



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

- gramatura entre 90 e 115 g/m<sup>2</sup>;
- com textos justificados;
- com espaçamento mínimo de 1,5 e máximo de 2,0 cm para cada margem, a partir da borda
- com textos justificados;
- margem: superior e esquerda: 3 cm - inferior e direita: 2 cm;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 11 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página em fonte “arial”, tamanho 11 pontos;
- agrupadas, com grampeamento simples no canto superior à esquerda; e
- sem identificação da licitante.

Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto acima.

A critério da Câmara Municipal de Brasilândia-MS, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do Contrato.

## **II – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES**

### **Subquestos 1 – Capacidade de atendimento (máximo de 17 de pontos):**

| <b>QUESITOS</b> | <b>SUBQUESITOS</b> |  |  |
|-----------------|--------------------|--|--|
|-----------------|--------------------|--|--|



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

|                                           |                                                                          |                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1.<br/>Conjunto de<br/>Informações</b> | I. Principais Clientes                                                   | Nota de 0 a 3, sendo:<br><br>0 – não atende; 1 a 2 – atende;<br><br>3 – atende com excelência    | Porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante;<br><br>Conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade |
|                                           | II. Qualificação técnica equipe/profissionais.                           | Nota de 0 a 7 pontos                                                                             | Conforme item 3.10.2.2 deste Estudo.                                                                                                                                                             |
|                                           | III – Estrutura física: instalações, infraestrutura e recursos materiais | Nota de 0 a 3, sendo:<br><br>0 – não atende;<br>1 a 2 – atende;<br><br>3 – atende com excelência | Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.                                                                          |



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

|                 |                                                                                         |                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 | IV - Sistemática do relacionamento entre o município de Brasilândia – MS e a CONTRATADA | Nota de 0 a 4, sendo:<br><br>0 – não atende;<br>1 a 2 – atende;<br>3 a 4 – atende com excelência. | Adequação de sistemática/operacionalidade proposta pelo licitante, em sua solução (viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais formas que comprovem a capacidade de atendimentos da empresa) |
| <b>Subtotal</b> |                                                                                         | <b>17 pontos</b>                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                           |

#### **Subquestos 2 - Repertório (máximo de 13 de pontos):**

| <b>QUESITOS</b> | <b>SUBQUESITOS</b>  |                                                                                                                          |                                                                                       |
|-----------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1.</b>       | a) Relatos de cases | Nota de 0 a 09, sendo:<br><br>0 – não atende;<br>1 a 3 atende pouco;<br>4 a 6 – atende;<br>7 a 9 – atende com excelência | a) Aconecção lógica da exposição;<br><br>b) A evidência de planejamento publicitário; |



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

|                                |                   |                                                                                               |                                                                                                                                |
|--------------------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Conjunto de Informações</b> |                   |                                                                                               | c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;<br><br>d) A relevância dos resultados apresentados; |
|                                | b) Peças Isoladas | Nota de 0 a 4, sendo:<br>0 – não atende;<br>1 a 2 – atende;<br>3 a 4 – atende com excelência. | a) A ideia criativa e sua pertinência;<br>b) A clareza da exposição;<br>c) A qualidade da execução e do acabamento.            |
| <b>Subtotal</b>                |                   | <b>13 pontos</b>                                                                              |                                                                                                                                |

O Conjunto de Informações consistirá em uma única via, que deverá ser datada e assinada pelo representante da Licitante em caderno impresso em papel tamanho A4 (210 x 297mm), composto de textos - utilizar tipografia arial, tamanho 11, sem condensação e entrelinhamento simples. 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) subquesitos, capacidade de atendimento e repertório.

A pontuação máxima atribuída a este quesito será de 30 (trinta) pontos, subdividida da seguinte forma:



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

**Subquestos 1 – Relatos de cases** - até 17 (dezesete) pontos, em textos e/ou fotos com no máximo 10 (dez) páginas, a licitante apresentará:

I – Principais Clientes – até 3 (três) pontos, avaliando:

- a) O porte, tradição e conceito dos clientes atualmente atendidos pelo licitante;
- b) A relevância dos produtos e/ou serviços dos clientes no mercado ou na sociedade.

II – Qualificação Técnica da Equipe/Profissionais – até 7 (sete) pontos. A qualificação técnica da equipe será avaliada com base nas informações fornecidas, conforme os critérios definidos nas tabelas abaixo:

| <b>Formação acadêmica</b> | <b>Sem formação</b> | <b>Superior incompleto</b> | <b>Superior completo</b> | <b>Pós-graduação na área</b> |
|---------------------------|---------------------|----------------------------|--------------------------|------------------------------|
| Pontos                    | 0                   | 1                          | 2                        | 3                            |

| <b>Experiências Profissional na área</b> | <b>1 a 4 anos</b> | <b>5 a 8 anos</b> | <b>9 a 12 anos</b> | <b>12 anos</b> |
|------------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|----------------|
| Pontos                                   | 1                 | 2                 | 3                  | 4              |

III – Estrutura Física (Instalações, Infraestrutura e Recursos Materiais) – até 3 (três) pontos, avaliando:

- a) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponibilizados para execução do contrato.

IV – Sistemática de Relacionamento com a Câmara de Brasilândia – MS – até 4 (quatro) pontos, avaliando:

- a) A adequação da sistemática/operacionalidade proposta, considerando sua viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais evidências da capacidade de atendimento da empresa.

**Subquestos 2 – Peças Isoladas** - Pontuação máxima de 13 (treze) pontos, conforme os critérios a seguir:

- I. Apresentação de 02 (duas) 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 ou TV ou rádio ou outdoor ou revista ou jornal), nas quais se incluirão apresentações do problema, solução e resultados em



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas para cada campanha, devendo ser de clientes distintos;

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

II. 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: VT, Anúncio/JN, Spot ou Jingle, Outdoor e assim por diante).

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

III. Serão avaliados:

a) Relatos de Cases – até 9 (nove) pontos, considerando:

1. A coerência e a lógica na apresentação do relato;
2. A evidência de planejamento publicitário nas ações desenvolvidas;
3. A consistência das relações de causa e efeito entre os problemas identificados e as soluções propostas;
4. A relevância dos resultados obtidos e apresentados.

b) Peças Isoladas – até 4 (quatro) pontos, considerando:

1. A criatividade da ideia apresentada e sua pertinência ao contexto;
2. A clareza na exposição das peças;
3. A qualidade técnica da execução e do acabamento gráfico/visual.

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

V. A Comissão de Contratação poderá solicitar, a qualquer momento, aos clientes citados nos cases ou nas peças apresentadas no repertório, confirmação desses trabalhos.

VI. As campanhas não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela licitante.



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

**ANEXO IV**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO**

(Papel timbrado da Empresa)

**PROCESSO ADMINISTRATIVO nº XXX/20XX**

**CONCORRÊNCIA Nº XXX/20XX**

Pelo presente instrumento, a empresa ....., CNPJ nº .....,  
com sede na ....., através de seu representante legal infra-assinado, DECLARA  
ter pleno conhecimento e a aceitação das regras e das condições gerais constantes do edital.

..... de ..... de 20.....

---

Assinatura do Responsável pela Empresa (Nome legível/Cargo)



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

**ANEXO V**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO  
MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO nº XXX/20XX**

**CONCORRÊNCIA Nº XXX/20XX**

Pelo presente instrumento, a empresa ....., inscrita no CNPJ nº....., com sede na ....., através de seu representante legal infra-assinado e por seu Contador Responsável abaixo nominado, **DECLARA**, para os devidos fins, sob as sanções administrativas cabíveis e sob as penas da Lei, que:

I – na presente data, é considerada **MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE**, nos termos do inciso II do art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006;

II – não se encontra incursa nas vedações constantes do § 4º do artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006;

III – no ano-calendário de realização desta licitação, **não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida** para fins de enquadramento como Empresa de Pequeno Porte, conforme previsto na legislação vigente.

..... de ..... de 20.....

---

Assinatura do Responsável pela Empresa (Nome legível/Cargo)

---

Contador/Técnico e nº CRC



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

**ANEXO VI – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO XXX/20XX**

**CONCORRÊNCIA Nº XX/20XX**

**À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO**

Em cumprimento ao que prescreve o item 7 do Edital, utilizamo-nos da presente para submeter à apreciação de V.Sas. 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) Honorários, com percentual fixado em \_\_\_\_% (.....), sobre os custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a terceiros, fornecedores especializados, quando não geram veiculação, e desde que decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada.

• Esta proposta tem validade pelo prazo de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias, contados da data prevista no preâmbulo do Edital para abertura da licitação.

• Fica estabelecido que o preço proposto compreende 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.

• Obrigamo-nos, caso nos seja adjudicado o objeto da licitação em causa, a comparecer na data, horário e local estabelecido pela Comissão de Contratação, para proceder à assinatura do Contrato.

Atenciosamente,

(Local e Data).....

---

Assinatura do Responsável pela Empresa (Nome legível/Cargo)



# **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

## **Estado de Mato Grosso do Sul**

### **ANEXO VII**

#### **MODELO DE DECLARAÇÃO UNIFICADA**

(Papel timbrado da Empresa)

**PROCESSO ADMINISTRATIVO nº XXX/20XX**

**CONCORRÊNCIA Nº XXX/20XX**

Pelo presente instrumento, a empresa ....., CNPJ nº .....,  
com sede na ....., através de seu representante legal infra-assinado, DECLARA:

- a) O pleno conhecimento e a aceitação das regras e das condições gerais constantes do edital;
- b) A inexistência de fato impeditivo para licitar ou contratar com a Administração;
- c) A proposta econômica apresentada compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas;
- d) Cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório;
- e) Não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição;
- f) Não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;
- g) Cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas;
- h) Não mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão contratante, bem como com agente público que desempenhe função na licitação, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, devendo essa proibição constar expressamente do edital de licitação;
- i) Não foi declarada inidônea por nenhum órgão público de qualquer esfera de governo, estando apta a contratar com o poder público.

..... de ..... de 20.....

---

Assinatura do Responsável pela Empresa (Nome legível/Cargo)



# **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

## **Estado de Mato Grosso do Sul**

### **ANEXO VIII**

CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA - MS

(Processo Administrativo nº412/2025)

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº ...../....., QUE  
FAZEM ENTRE SI O  
..... E  
.....

A **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**, com sede no(a) Alameda Arthur Hoffig, n. 1175, jardim Camargo, na cidade de Brasilândia, Estado de Mato Grosso do Sul, inscrito(a) no CNPJ sob o nº 15.410.152/0001-30, neste ato representado(a) pela sua presidente a sra. ...., portadora do CPF sob n. e Cédula de Identidade n. ...., doravante denominado CONTRATANTE, e o(a) ....., inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº ....., sediado(a) na ....., em ..... doravante designado CONTRATADA, neste ato representado(a) por ....., conforme atos constitutivos da empresa **OU** procuração apresentada nos autos, tendo em vista o que consta no Processo nº 412/2025 e em observância às disposições da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais legislação aplicável, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente da Concorrência n. 01/2025, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

#### **1. CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO**

1.1. O objeto do presente instrumento é a contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda, com o objetivo de executar, de forma integrada, atividades relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas no Termo de Referência.

1.2. Os serviços de publicidade a serem contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, de patrocínio ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, bem como as de pesquisas de opinião que contém em seu bojo assuntos eleitorais e/ou políticos.

1.3. Compreende-se como agência de publicidade a empresa especializada na arte e na técnica publicitária, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.

1.4. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

b) À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;

c) À criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, como, por exemplo, redes sociais.

1.5. A contratação citada no subitem 1.1 tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam a difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas ou informar e orientar o público em geral.

1.6. A agência contratada atuará por ordem e conta da CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA, na contratação de:

a) Veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaços 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.

1.7. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

1.7.1. O Termo de Referência;

1.7.2. O Projeto Básico;

1.7.3. O Edital da Licitação;

1.7.4. A Proposta do contratado;

1.7.5. Eventuais anexos dos documentos supracitados.

1.8. O regime de execução é o de empreitada por preço global.

## **2. CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO**

2.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 meses contados da assinatura deste instrumento, prorrogável por até 10 anos, na forma do artigo 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

2.2. O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

2.3. A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

2.4. O contrato não poderá ser prorrogado quando o contratado tiver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

## **3. CLÁUSULA TERCEIRA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS**

3.1. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no Termo de Referência, anexo a este Contrato.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

#### **4. CLÁUSULA QUARTA – SUBCONTRATAÇÃO**

4.1. Não será admitida a subcontratação do objeto contratual.

#### **5. CLÁUSULA QUINTA – PREÇO**

5.1. O valor total da contratação é de R\$..... (.....).

5.2. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

5.3. O valor acima é meramente estimativo, de forma que os pagamentos devidos ao contratado dependerão dos serviços efetivamente executados.

#### **6. CLÁUSULA SEXTA – PAGAMENTO**

6.1. O prazo para pagamento ao contratado e demais condições a ele referentes encontram-se definidos no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

#### **7. CLÁUSULA SÉTIMA – REAJUSTE**

7.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimado, em XX/XX/20XX.

7.2. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do contratado, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo contratante, do índice IPCA (*Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo*), exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

7.3. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

7.4. No caso de atraso ou não divulgação do(s) índice (s) de reajustamento, o contratante pagará ao contratado a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja(m) divulgado(s) o(s) índice(s) definitivo(s).

7.5. Nas aferições finais, o(s) índice(s) utilizado(s) para reajuste será(ão), obrigatoriamente, o(s) definitivo(s).

7.6. Caso o(s) índice(s) estabelecido(s) para reajustamento venha(m) a ser extinto(s) ou de qualquer forma não possa(m) mais ser utilizado(s), será(ão) adotado(s), em substituição, o(s) que vier(em) a ser determinado(s) pela legislação então em vigor.

7.7. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

7.8. O reajuste será realizado por apostilamento.

#### **8. CLÁUSULA OITAVA – DA REMUNERAÇÃO**

8.1. Os custos dos trabalhos internos, como planejamento, criação e execução até a arte final serão calculados através de descontos de \_\_\_\_% (\_\_\_\_\_) sobre os itens constantes na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul (Sinapro/MS).

8.2. A Contratante pagará à Contratada honorários de (\_\_\_\_%) 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. Os serviços e os suprimentos externos terão os seus preços orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Contratada.

8.3. Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos Veículos serão remunerados à Contratada mediante o “desconto padrão” de 20% (vinte por cento), de acordo com parágrafo único, do art. 11, da Lei 4.680/65 e item 2.5.1 da Norma Padrão da Atividade Publicitária, editada pelo CENP.

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

8.4. Despesas com deslocamento de profissionais da Contratada, ou de seus representantes, serão de suas exclusivas responsabilidades. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da Contratante, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pelas Contratada, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela Contratante.

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

#### **9. CLÁUSULA NONA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

9.1. São obrigações do Contratante:

9.1.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o contrato e seus anexos;

9.1.2. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;

9.1.3. Notificar o Contratado por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção, certificando-se de que as soluções por ele propostas sejam as mais adequadas.

9.1.4. Notificar o Contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;

9.1.5. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

9.1.6. Comunicar a empresa para emissão de Nota Fiscal no que se refere à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021;

9.1.7. Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente à execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato e no Termo de Referência;

9.1.8. Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e neste Contrato;

9.1.9. Cientificar o órgão de representação judicial do Município para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado;

9.1.10. Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.

9.1.11. A Administração terá o prazo de *30 (trinta) dias*, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

9.1.12. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de *30 (trinta) dias*.

9.1.13. Realizar avaliações periódicas da qualidade dos serviços, após seu recebimento.

9.2. Assegurar que o ambiente de trabalho, inclusive seus equipamentos e instalações, apresentem condições adequadas ao cumprimento, pelo Contratado, das normas de segurança e saúde no trabalho, quando o serviço for executado em suas dependências, ou em local por ela designado.

9.3. Não responder por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

9.4. Previamente à expedição da ordem de serviço, verificar pendências, liberar áreas e/ou adotar providências cabíveis para a regularidade do início da sua execução.

9.5. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

## **10. CLÁUSULA DÉCIMA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO**

10.1. O Contratado deve cumprir todas as obrigações constantes deste Contrato e de seus anexos, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações a seguir dispostas:

10.2. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal do contrato ou autoridade superior (art. 137, II) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;

10.3. Alocar os empregados necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, com habilitação e conhecimento adequados, fornecendo os materiais, equipamentos, ferramentas e



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

utensílios demandados, cuja quantidade, qualidade e tecnologia deverão atender às recomendações de boa técnica e a legislação de regência;

10.4. Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;

10.5. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990), bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo Contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida no edital, o valor correspondente aos danos sofridos;

10.6. Efetuar comunicação ao Contratante, assim que tiver ciência da impossibilidade de realização ou finalização do serviço no prazo estabelecido, para adoção de ações de contingência cabíveis.

10.7. Não contratar, durante a vigência do contrato, cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do contratante ou do fiscal ou gestor do contrato, nos termos do artigo 48, parágrafo único, da Lei nº 14.133, de 2021;

10.8. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pelo Contratante ou por seus prepostos, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução do empreendimento.

10.9. Paralisar, por determinação do Contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.

10.10. Conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos.

10.11. Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezoito anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre;

10.12. Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação;

10.13. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação (art. 116);

10.14. Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas (art. 116, parágrafo único);

10.15. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;

10.16. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, d, da Lei nº 14.133, de 2021;

10.17. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança do Contratante;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

10.18. Ceder ao Contratante todos os direitos patrimoniais relativos ao objeto contratado, o qual poderá ser livremente utilizado e/ou alterado em outras ocasiões, sem necessidade de nova autorização do Contratado.

10.19. Estar registrada ou inscrita no Conselho Profissional competente, conforme as áreas de atuação previstas no Termo de Referência, em plena validade.

10.20. Refazer, às suas expensas, os trabalhos executados em desacordo com o estabelecido nas especificações, bem como substituir aqueles realizados com materiais defeituosos ou com vício de construção, pelo prazo de 05 (cinco) anos, contado da data de emissão do Termo de Recebimento Definitivo.

10.21. O fornecimento dos serviços especializados à Contratante deverá observar as seguintes condições:

10.21.1. Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços especializados a serem realizados pelos fornecedores.

10.21.2. Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

10.21.3. O contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

10.21.4. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto no art. 75, II da Lei 14.133/2021, está dispensado do procedimento previsto no item 10.21.2.

10.21.5. Exigir dos fornecedores que constem da cotação de serviços especializados o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitário e total.

10.21.6. Apresentar, juntamente com a cotação, comprovantes de que o fornecedor está inscrito em atividade no CNPJ ou no CPF, bem como 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.

10.21.7. Obterem a aprovação prévia e expressa da Contratante para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.

10.22. Entregarem 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.

10.23. 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.

10.24. 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.

10.25. Prestarem esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

10.26. Não caucionarem ou utilizarem o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

10.27. Manterem 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 nº 12.232/10).

10.28. O Contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

10.29. O Contratado deve orientar e treinar seus empregados sobre os deveres previstos na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), adotando medidas eficazes para proteção de dados pessoais a que tenha acesso por força da execução deste contrato.

10.30. Quaisquer Dados Pessoais que possam ser tratados pelo Contratado em decorrência da execução do objeto deste instrumento, serão coletados, utilizados, armazenados e mantidos de acordo com padrões exigidos pela legislação aplicável para tratamento de dados.

#### **11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD**

11.1. *As partes deverão cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.*

11.2. *Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.*

11.3. *É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.*

11.4. *A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de suboperação firmados ou que venham a ser celebrados pelo Contratado.*

11.5. *Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever do contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.*

11.6. *É dever do contratado orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.*

11.7. *O Contratado deverá exigir de suboperadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.*

11.8. *O Contratante poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula, devendo o Contratado atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.*

11.9. *O Contratado deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.*

11.10. *Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário*



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.

11.10.1. Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

11.11. O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

## **12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

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

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

12.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

- i) **Advertência**, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- ii) **Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- iii) **Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).
- iv) **Multa:**
  - a) A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 03 (três) dias úteis, a contar da comunicação oficial.
  - b) Para as infrações previstas nos itens a, b, c do item 11.1, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.
  - c) Para as infrações previstas nos itens d a h do item 11.1 a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

12.3. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021)

12.4. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

12.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021)

12.4.2. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

12.4.3. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 03 (três) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

12.5. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no **caput** e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

12.6. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

- a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
- b) as peculiaridades do caso concreto;
- c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- d) os danos que dela provierem para o Contratante;
- e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

12.7. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

12.8. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021)

12.9. O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021)

12.10. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

12.11. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante.

### **13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL**

13.1. Este contrato poderá ser extinto, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, pelos motivos previstos no art. 137 e nas formas estabelecidas no art. 138, todos da Lei nº 14.133/21.

13.2. Fica expressamente acordado que, em caso de extinção, 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 associação da Contratada com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá a Contratante decidir justificadamente sobre a continuidade deste Contrato.

13.4. A extinção, por algum dos motivos previstos no subitem 12.1, não dará à Contratada direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 138, parágrafo 2º, da Lei nº 14.133/21.

13.5. Quando a não conclusão do contrato referida no item anterior decorrer de culpa do contratado:

- a) ficará ele constituído em mora, sendo-lhe aplicáveis as respectivas sanções administrativas; e
- b) poderá a Administração optar pela extinção do contrato e, nesse caso, adotará as medidas admitidas em lei para a continuidade da execução contratual.

13.6. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

13.6.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

13.6.2. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

13.6.2.1. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

13.7. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

13.7.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

13.7.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

13.7.3. Indenizações e multas.

13.8. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021).

13.9. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021).

#### **14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

14.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento do 2025 deste exercício, na dotação abaixo discriminada:

14.2. 01.031.0101.1001.010101.33.90.39.88 FICHA 13 FONTE 1500- OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURIDICA

14.3. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

#### **15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DOS CASOS OMISSOS**

15.1. Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133, de 2021, e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

#### **16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – ALTERAÇÕES**

16.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

16.2. O contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

16.3. As alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica do contratante, salvo nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, hipótese em que a formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo máximo de 1 (um) mês (art. 132 da Lei nº 14.133, de 2021).

16.4. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

#### **17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – PUBLICAÇÃO**

17.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e seu extrato no Diário oficial da Associação dos municípios do Estado de Mato Grosso do Sul - Assomasul, na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, *caput*, da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

**18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA– FORO**

18.1. Fica eleito o Foro da Comarca de ..... para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei nº 14.133/21.

*Brasilândia-MS., XX de XXX de 2025.*

\_\_\_\_\_  
Representante legal do CONTRATANTE

\_\_\_\_\_  
Representante legal do CONTRATADO

**TESTEMUNHAS:**

1-

2-



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

**ANEXO IX**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO nº XXX/20XX**

**CONCORRÊNCIA Nº XXX/20XX**

**PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO**  
**PROPOSTA TÉCNICA**

2.1 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         |             |
| I – Conjunto de Informações (de 0 a 17) pontos               |             |
| II – Conjunto de Informações - Repertório (de 0 a 13) pontos |             |

\_\_\_\_\_  
Visto do avaliador



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

**ANEXO X**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO nº XXX/20XX**

**CONCORRÊNCIA Nº XXX/20XX**

**3 PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO**

**PROPOSTA TÉCNICA**

3.1 Agência: \_\_\_\_\_

| QUESITOS                     | SUBQUESITOS                                                                    | AVALIADOR<br>01 | AVALIADO<br>R<br>02 | AVALIADOR<br>OR<br>03 | Pontuação<br>final por<br>Quesito<br>(média) |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------------|-----------------------|----------------------------------------------|
| PLANO DE<br>COMUNICAÇÃO      | Raciocínio<br>Básico                                                           |                 |                     |                       |                                              |
|                              | Estratégia de<br>Comunicação<br>Publicitária                                   |                 |                     |                       |                                              |
|                              | Ideia Criativa                                                                 |                 |                     |                       |                                              |
|                              | Estratégia de<br>Mídia e Não<br>Mídia                                          |                 |                     |                       |                                              |
| SUB TOTAL                    |                                                                                |                 |                     |                       |                                              |
| I-CONJUNTO DE<br>INFORMAÇÕES | Principais<br>Clientes                                                         |                 |                     |                       |                                              |
|                              | Qualificação<br>técnica<br>equipe/profession<br>ais                            |                 |                     |                       |                                              |
|                              | Estrutura física:<br>instalações,<br>infraestrutura e<br>recursos<br>materiais |                 |                     |                       |                                              |



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

|                            |                                                                                   |  |  |  |  |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|                            | Sistemática do relacionamento entre o município de Brasilândia-MS e a Contratada. |  |  |  |  |
| SUB TOTAL                  |                                                                                   |  |  |  |  |
| II-Conjunto de Informações | Relatos de Casos                                                                  |  |  |  |  |
|                            | Peças Isoladas                                                                    |  |  |  |  |
| SUB TOTAL                  |                                                                                   |  |  |  |  |
| PONTUAÇÃO TOTAL            |                                                                                   |  |  |  |  |

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.

\_\_\_\_\_  
Visto do avaliador

\_\_\_\_\_  
Visto do avaliador

\_\_\_\_\_  
Visto do avaliador



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

**ANEXO XI**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO nº XXX/20XX**

**CONCORRÊNCIA Nº XXX/20XX**

**4 PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

4.1 Agência: \_\_\_\_\_

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-MS.

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

| PERCENTUAL DE DESCONTO | CRITÉRIO                  | PONTUAÇÃO AFERIDA |
|------------------------|---------------------------|-------------------|
| 0% a 10%               | 0 pontos                  |                   |
| 11% a 30%              | 1% de desconto = 1 ponto  |                   |
| 31% a 50%              | 1% de desconto = 2 pontos |                   |
| SUBTOTAL               |                           |                   |

B.1.) Honorários por serviços de terceiros – até 40 pontos

B.2.) Remuneração por serviços de terceiros.

Remunerado entre 10% à 15% de honorários (assessoria, execução, supervisão e pagamento).

| PERCENTUAL DE TAXA DE COBRANÇA | CRITÉRIO   | PONTUAÇÃO AFERIDA |
|--------------------------------|------------|-------------------|
| 15%                            | Zero Ponto |                   |
| 14%                            | 24 Pontos  |                   |



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

|                              |           |  |
|------------------------------|-----------|--|
| 13%                          | 28 Pontos |  |
| 12%                          | 32 pontos |  |
| 11%                          | 36 pontos |  |
| 10%                          | 40 pontos |  |
| SUBTOTAL                     |           |  |
| TOTAL DE PONTOS DO LICITANTE |           |  |

**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.

\_\_\_\_\_  
Visto da Comissão de Contratação

\_\_\_\_\_  
Visto da Comissão de Contratação

\_\_\_\_\_  
Visto da Comissão de Contratação



**CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**  
**Estado de Mato Grosso do Sul**

**Anexo XII - Tabela De Custos Referenciais Para Serviços De Publicidade (Custos Internos)  
Vigentes Em 2025.**

Processo  
Digital

A autenticidade deste documento pode ser conferida em  
<https://cmbras.processo.digital/autenticidade>, informando o código  
do documento **00029448** e chave de segurança **81B C04 993**.



Documento autenticado via usuário e senha, por LEANDRO DOS SANTOS PINDAIBA,  
Assessor Legislativo, em 26/09/2025, às 08:00, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023,  
horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul

2025

**CUSTOS REFERENCIAIS**  
PARA SERVIÇOS DE  
PUBLICIDADE



# ÍNDICE /// off

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| Planejamentos .....                                 | 3  |
| Logotipia/Identidade Visual.....                    | 4  |
| Mídia Impressa > Jornal .....                       | 5  |
| Mídia Impressa > Publicidade Legal / Balanços ..... | 5  |
| Mídia Impressa > Revista .....                      | 6  |
| Mídia Eletrônica > Audiovisuais .....               | 6  |
| Mídia > Outdoor .....                               | 8  |
| Mídia > Indoor .....                                | 9  |
| Design Editorial .....                              | 10 |
| Embalagens .....                                    | 13 |
| Materiais Impressos, Capas e Páginas.....           | 14 |
| Materiais Promocionais .....                        | 15 |
| Live Marketing.....                                 | 19 |
| Outros Serviços.....                                | 19 |
| Design Gráfico Político > Identidade Visual.....    | 20 |
| Multimídia.....                                     | 20 |
| Serviços Adicionais .....                           | 20 |

> **digital** / pág. 21

# /// Planejamentos

| PEÇA >                                                    | 2024 >        |
|-----------------------------------------------------------|---------------|
| Calendário Anual Institucional                            | R\$ 21.033,81 |
| Calendário Anual Promocional                              | R\$ 21.033,81 |
| Diagnóstico Empresarial (por hora)                        | R\$ 788,77    |
| Planejamento de Ação de Guerrilha                         | R\$ 11.831,52 |
| Planejamento de Ações Promocionais                        | R\$ 10.516,90 |
| Planejamento de Campanha de Incentivo e ou Relacionamento | R\$ 21.033,81 |
| Planejamento de Campanha Institucional ou Promocional     | R\$ 21.033,81 |
| Planejamento de Comunicação                               | R\$ 32.865,32 |
| Planejamento de Comunicação Estadual                      | R\$ 32.865,32 |
| Planejamento de Comunicação Nacional                      | R\$ 65.730,64 |
| Planejamento de Comunicação Regional                      | R\$ 19.719,19 |
| Planejamento de Convenção / Feiras                        | R\$ 9.202,29  |
| Planejamento de Evento                                    | R\$ 9.202,29  |
| Planejamento de Lançamento / Relançamento de Produto      | R\$ 21.033,81 |
| Planejamento de Lançamento de Empresa                     | R\$ 32.865,32 |
| Planejamento de Lançamento Imobiliário                    | R\$ 21.033,81 |
| Planejamento de Mídia                                     | R\$ 6.047,22  |

## /// Logotipia/Identidade Visual

| PEÇA >                                       | Layout >     | Finalização > | 2024 >        |
|----------------------------------------------|--------------|---------------|---------------|
| Envelopamento de Carro Grande                | R\$ 1.971,92 | R\$ 2.366,30  | R\$ 4.338,22  |
| Envelopamento de Carro Pequeno               | R\$ 1.840,46 | R\$ 2.366,30  | R\$ 4.206,76  |
| Envelopamento de Frota                       | R\$ 7.361,83 | R\$ 3.155,07  | R\$ 10.516,90 |
| Envelopamento de Ônibus                      | R\$ 2.103,38 | R\$ 2.892,15  | R\$ 4.995,53  |
| Envelope simples / bloco                     | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37  |
| Etiqueta de Roupa                            | R\$ 1.130,57 | R\$ 1.446,07  | R\$ 2.576,64  |
| Fachada Publicitária                         | R\$ 7.242,32 | R\$ 3.274,58  | R\$ 10.516,90 |
| Logotipo / Logomarca                         | R\$ 8.282,06 | R\$ 3.549,45  | R\$ 11.831,52 |
| Logotipo / Logomarca Promocional             | R\$ 5.915,76 | R\$ 1.971,92  | R\$ 7.887,68  |
| Logotipo / Logomarca Reformulação            | R\$ 7.637,90 | R\$ 3.273,39  | R\$ 10.911,29 |
| Manual de Identidade Visual Básico           | R\$ 2.366,30 | R\$ 2.892,15  | R\$ 5.258,45  |
| Manual de Utilização de Logotipo / Logomarca | R\$ 2.103,38 | R\$ 2.366,30  | R\$ 4.469,68  |
| Nome                                         | -            | -             | R\$ 6.047,22  |
| Papelaria / Cartão de Visita                 | R\$ 1.446,07 | R\$ 736,18    | R\$ 2.182,26  |
| Papelaria / Envelope Ofício / Saco (cada)    | R\$ 1.709,00 | R\$ 736,18    | R\$ 2.445,18  |
| Papelaria / Papel Timbrado                   | R\$ 1.446,07 | R\$ 736,18    | R\$ 2.182,26  |
| Papelaria / Pasta                            | R\$ 1.971,92 | R\$ 736,18    | R\$ 2.708,10  |
| Slogan                                       | -            | -             | R\$ 3.943,84  |
| Totem                                        | R\$ 2.366,30 | R\$ 3.023,61  | R\$ 5.389,91  |
| Uniforme                                     | R\$ 2.366,30 | R\$ 3.023,61  | R\$ 5.389,91  |

## /// Mídia Impressa > Jornal

| PEÇA >                | Layout >     | Finalização > | 2024 >       |
|-----------------------|--------------|---------------|--------------|
| Página Dupla          | R\$ 5.179,57 | R\$ 3.233,95  | R\$ 8.413,52 |
| 01 Página             | R\$ 4.101,59 | R\$ 2.734,39  | R\$ 6.835,99 |
| 1/2 até Rouba Página  | R\$ 3.391,70 | R\$ 2.261,13  | R\$ 5.652,84 |
| 1/4 até 1/2 Página    | R\$ 1.732,90 | R\$ 1.154,47  | R\$ 2.887,37 |
| 1/8 até 1/4 de Página | R\$ 1.125,79 | R\$ 750,52    | R\$ 1.876,31 |
| Até 1/8 de Página     | R\$ 675,23   | R\$ 449,36    | R\$ 1.124,59 |

## /// Mídia Impressa > Publicidade Legal/Balanços

| PEÇA >                | Layout >     | Finalização > | 2024 >       |
|-----------------------|--------------|---------------|--------------|
| Página Dupla          | R\$ 2.760,69 | R\$ 1.840,46  | R\$ 4.601,14 |
| 01 Página             | R\$ 1.971,92 | R\$ 1.314,61  | R\$ 3.286,53 |
| 1/2 até Rouba Página  | R\$ 1.735,29 | R\$ 1.156,86  | R\$ 2.892,15 |
| 1/4 até 1/2 Página    | R\$ 1.262,03 | R\$ 841,35    | R\$ 2.103,38 |
| 1/8 até 1/4 de Página | R\$ 1.104,27 | R\$ 736,18    | R\$ 1.840,46 |
| Até 1/8 de Página     | R\$ 442,19   | R\$ 294,00    | R\$ 736,18   |

## /// **Mídia Impressa > Revista**

| PEÇA >        | Layout >     | Finalização > | 2024 >       |
|---------------|--------------|---------------|--------------|
| Página Dupla  | R\$ 4.206,76 | R\$ 2.103,38  | R\$ 6.310,14 |
| 01 Página     | R\$ 3.286,53 | R\$ 1.446,07  | R\$ 4.732,61 |
| 2/3 de página | R\$ 2.760,69 | R\$ 1.117,42  | R\$ 3.878,11 |
| 1/2 página    | R\$ 2.103,38 | R\$ 1.051,69  | R\$ 3.155,07 |
| 1/4 página    | R\$ 1.709,00 | R\$ 736,18    | R\$ 2.445,18 |
| Valor mínimo  | R\$ 1.051,69 | R\$ 893,94    | R\$ 1.945,63 |

## /// **Mídia Eletrônica > Audiovisuais**

| PEÇA >                                            | 2024 >            |
|---------------------------------------------------|-------------------|
| Assinatura / Vinheta Eletrônica                   | R\$ 9.275,91      |
| Audiovisual / Documentário 3' a 5' - Roteiro      | R\$ 22.085,50     |
| Audiovisual / Documentário 5' a 10' - Roteiro     | R\$ 30.919,69     |
| Audiovisual / Documentário 10' a 20' - Roteiro    | R\$ 41.226,26     |
| Audiovisual / Documentário acima de 20' - Roteiro | <i>a combinar</i> |
| Audiovisual / Documentário - Direção de Arte      | R\$ 9.570,38      |
| Filme / VT Direção de Arte                        | R\$ 4.049,01      |
| Filme / VT Institucional até 30" - Roteiro        | R\$ 13.899,04     |
| Filme / VT Institucional até 60" - Roteiro        | R\$ 17.027,82     |
| Filme / VT Institucional de 60" a 2' - Roteiro    | R\$ 20.892,78     |
| Filme / VT Ofertas até 30" - Roteiro              | R\$ 9.981,50      |
| Filme / VT Ofertas até 60" - Roteiro              | R\$ 12.374,09     |
| Filme / VT Ofertas de 60" a 2' - Roteiro          | R\$ 14.398,60     |

## /// Mídia Eletrônica > Audiovisuais

| PEÇA >                        | 2024 >        |
|-------------------------------|---------------|
| Jingle até 30" - Roteiro      | R\$ 7.414,42  |
| Jingle de 30" a 60" - Roteiro | R\$ 8.886,78  |
| Jingle de 60" a 2' - Roteiro  | R\$ 10.359,15 |
| Motion Design até 15"         | R\$ 3.943,84  |
| Motion Design de 15" até 30"  | R\$ 4.666,88  |
| Motion Design de 30" até 45"  | R\$ 6.112,95  |
| Motion Design acima 45"       | R\$ 7.098,91  |
| Static Design                 | R\$ 5.126,99  |
| Roteiro / Merchandising       | R\$ 6.257,56  |
| Roteiro Flash / Foguete       | R\$ 6.257,56  |
| Roteiro / Carro de Som        | R\$ 6.257,56  |
| Spot até 30" - Roteiro        | R\$ 3.312,82  |
| Spot de 30" a 60" - Roteiro   | R\$ 4.785,19  |
| Spot de 60" a 2' - Roteiro    | R\$ 6.257,56  |

## /// Mídia > Outdoor

| PEÇA >                                    | Layout >     | Finalização > | 2024 >        |
|-------------------------------------------|--------------|---------------|---------------|
| Banco de Praça                            | R\$ 1.325,13 | R\$ 883,42    | R\$ 2.208,55  |
| Busdoor                                   | R\$ 2.650,74 | R\$ 1.766,36  | R\$ 4.417,10  |
| Busside                                   | R\$ 4.206,76 | R\$ 2.103,38  | R\$ 6.310,14  |
| Faixa de Rua                              | R\$ 1.012,25 | R\$ 433,82    | R\$ 1.446,07  |
| Faixa para Avião                          | R\$ 1.012,25 | R\$ 433,82    | R\$ 1.446,07  |
| Gradil                                    | R\$ 1.012,25 | R\$ 433,82    | R\$ 1.446,07  |
| Minidoor                                  | R\$ 2.892,15 | R\$ 1.971,92  | R\$ 4.864,07  |
| Muro                                      | R\$ 985,96   | R\$ 1.709,00  | R\$ 2.694,96  |
| Ônibus / Abrigo                           | R\$ 2.650,74 | R\$ 1.766,36  | R\$ 4.417,10  |
| Ônibus / Testeira de Ponto                | R\$ 1.324,17 | R\$ 884,38    | R\$ 2.208,55  |
| Outdoor                                   | R\$ 4.206,76 | R\$ 2.103,38  | R\$ 6.310,14  |
| Outdoor Duplo                             | R\$ 4.995,53 | R\$ 2.103,38  | R\$ 7.098,91  |
| Painel (Triface / Backlight / Frontlight) | R\$ 4.075,30 | R\$ 1.971,92  | R\$ 6.047,22  |
| Painel Eletrônico                         | R\$ 3.532,72 | R\$ 2.356,74  | R\$ 5.889,47  |
| Placa Comemorativa                        | R\$ 1.324,17 | R\$ 884,38    | R\$ 2.208,55  |
| Placa de Esquina                          | R\$ 985,96   | R\$ 1.906,19  | R\$ 2.892,15  |
| Placa de Estrada                          | R\$ 3.532,72 | R\$ 2.356,74  | R\$ 5.889,47  |
| Placa de Obra                             | R\$ 2.870,64 | R\$ 1.914,55  | R\$ 4.785,19  |
| Placa de Sinalização                      | R\$ 1.436,51 | R\$ 956,08    | R\$ 2.392,60  |
| Pórtico de Entrada                        | R\$ 6.930,45 | R\$ 3.133,57  | R\$ 10.064,02 |
| Prédio / Empena                           | R\$ 4.233,05 | R\$ 1.814,17  | R\$ 6.047,22  |

## /// Mídia > Outdoor

| PEÇA >                 | Layout >     | Finalização > | 2024 >       |
|------------------------|--------------|---------------|--------------|
| Prédio / Envelopamento | R\$ 6.073,51 | R\$ 2.602,93  | R\$ 8.676,44 |
| Protetor de Árvores    | R\$ 1.104,27 | R\$ 736,18    | R\$ 1.840,46 |
| Relógio Digital        | R\$ 1.656,41 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.760,69 |
| Sanca (metrô/trem)     | R\$ 1.656,41 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.760,69 |
| Tapume                 | R\$ 2.870,64 | R\$ 1.914,55  | R\$ 4.785,19 |
| Táxi / Teto Luminoso   | R\$ 1.324,17 | R\$ 884,38    | R\$ 2.208,55 |
| Taxidoor               | R\$ 2.650,74 | R\$ 1.766,36  | R\$ 4.417,10 |

## /// Mídia > Indoor

| PEÇA >                                    | Layout >     | Finalização > | 2024 >       |
|-------------------------------------------|--------------|---------------|--------------|
| Adesivo Lateral Escada Rolante            | R\$ 2.208,55 | R\$ 1.472,37  | R\$ 3.680,92 |
| Cartaz Interno Terminais                  | R\$ 2.208,55 | R\$ 1.472,37  | R\$ 3.680,92 |
| Colunas de Garagem                        | R\$ 1.104,27 | R\$ 736,18    | R\$ 1.840,46 |
| Decoração de Vitrine                      | R\$ 3.532,72 | R\$ 2.356,74  | R\$ 5.889,47 |
| Envelopamento da Parte Superior de Portas | R\$ 1.104,27 | R\$ 736,18    | R\$ 1.840,46 |
| Envelopamento de Mesas                    | R\$ 1.104,27 | R\$ 736,18    | R\$ 1.840,46 |
| Envelopamento de Portas                   | R\$ 736,18   | R\$ 1.104,27  | R\$ 1.840,46 |
| Floordoor                                 | R\$ 1.577,54 | R\$ 1.222,59  | R\$ 2.800,13 |
| Pequenos Painéis Indoor                   | R\$ 1.577,54 | R\$ 2.103,38  | R\$ 3.680,92 |
| Placa de Sinalização inMall               | R\$ 1.051,69 | R\$ 1.156,86  | R\$ 2.208,55 |
| Tapume                                    | R\$ 2.760,69 | R\$ 2.024,50  | R\$ 4.785,19 |

## /// Design Editorial

| PEÇA >                                                     | 2024 >            |
|------------------------------------------------------------|-------------------|
| Boletim / Informativo até 04 págs                          | R\$ 8.544,98      |
| Boletim / Informativo até 08 págs                          | R\$ 12.817,47     |
| Boletim / Informativo até 16 págs                          | R\$ 19.193,35     |
| Boletim / Informativo até 32 págs                          | R\$ 24.057,41     |
| Boletim / Informativo acima de 32 págs                     | <i>a combinar</i> |
| Capa de Catálogo / Caderno / Agenda / Carnê                | R\$ 7.404,20      |
| Catálogo Miolo até 04 págs                                 | R\$ 14.355,57     |
| Catálogo Miolo até 08 págs                                 | R\$ 17.944,46     |
| Catálogo Miolo até 16 págs                                 | R\$ 22.435,18     |
| Catálogo Miolo acima de 16 págs                            | <i>a combinar</i> |
| CD ou DVD Projeto Capa / Bolacha / Encarte simples         | R\$ 6.772,89      |
| CD ou DVD Projeto Capa / Bolacha / Encarte de 08 a 16 págs | R\$ 10.332,86     |
| Cordel Capa e Miolo até 12 págs                            | R\$ 11.962,98     |
| Cordel Capa e Miolo até 24 págs                            | R\$ 14.953,72     |
| Cordel Capa e Miolo acima de 24 págs                       | <i>a combinar</i> |
| House Organ Projeto/Editoração até 04 págs                 | R\$ 14.355,57     |
| House Organ Projeto/Editoração até 08 págs                 | R\$ 17.944,46     |
| House Organ Projeto/Editoração até 16 págs                 | R\$ 22.453,59     |
| House Organ Projeto/Editoração acima de 16 págs            | <i>a combinar</i> |

## /// Design Editorial

| PEÇA >                                                                                | 2024 >            |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Livreto até 04 págs                                                                   | R\$ 11.962,98     |
| Livreto até 08 págs                                                                   | R\$ 17.944,46     |
| Livreto até 16 págs                                                                   | R\$ 26.870,69     |
| Livreto até 32 págs                                                                   | R\$ 33.680,38     |
| Livreto até 64 págs                                                                   | R\$ 42.146,49     |
| Livreto acima de 64 págs                                                              | <i>a combinar</i> |
| Livro de Arte - Projeto Gráfico (capa)                                                | R\$ 15.775,35     |
| Livro de Arte - Projeto Gráfico (miolo) até 104 págs                                  | R\$ 110.427,48    |
| Livro de Arte - Projeto Gráfico (miolo) até 256 págs                                  | R\$ 176.683,96    |
| Livro de Arte - Projeto Gráfico (miolo) acima de 256 págs                             | <i>a combinar</i> |
| Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (capa)                                          | R\$ 7.361,83      |
| Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) até 104 págs                            | R\$ 22.085,50     |
| Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) até 256 págs                            | R\$ 27.606,87     |
| Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) até 432 págs                            | R\$ 34.508,59     |
| Livro Texto Corrido - Projeto Gráfico (miolo) acima de 432 págs                       | <i>a combinar</i> |
| Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (capa)                    | R\$ 9.570,38      |
| Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) até 104 págs      | R\$ 28.711,14     |
| Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) até 256 págs      | R\$ 35.888,93     |
| Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) até 432 págs      | R\$ 44.861,16     |
| Livro Txt + fotos-ilustrações-tabelas-gráficos, Proj. Gráf. (miolo) acima de 432 págs | <i>a combinar</i> |

## /// Design Editorial

| PEÇA >                                                  | 2024 >            |
|---------------------------------------------------------|-------------------|
| Manual Técnico até 04 págs                              | R\$ 11.962,98     |
| Manual Técnico até 08 págs                              | R\$ 17.944,46     |
| Manual Técnico até 16 págs                              | R\$ 26.870,69     |
| Manual Técnico até 32 págs                              | R\$ 33.680,38     |
| Manual Técnico até 64 págs                              | R\$ 42.146,49     |
| Manual Técnico acima de 64 págs                         | <i>a combinar</i> |
| Portfólio (capa e miolo) até 08 págs                    | R\$ 17.944,46     |
| Portfólio (capa e miolo) até 16 págs                    | R\$ 22.453,59     |
| Portfólio (capa e miolo) até 32 págs                    | R\$ 28.159,01     |
| Portfólio (capa e miolo) até 64 págs                    | R\$ 34.968,70     |
| Portfólio (capa e miolo) acima de 64 págs               | <i>a combinar</i> |
| Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 08 págs       | R\$ 16.564,12     |
| Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 16 págs       | R\$ 20.705,15     |
| Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 32 págs       | R\$ 25.766,41     |
| Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 64 págs       | R\$ 32.686,05     |
| Relatório de Diretoria (capa e miolo) acima de 64 págs  | <i>a combinar</i> |
| Revista/Livro - Capa                                    | R\$ 7.734,34      |
| Revista/Livro - Miolo - por página                      | R\$ 1.974,45      |
| Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 16 págs      | R\$ 26.292,26     |
| Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 32 págs      | R\$ 39.438,38     |
| Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 64 págs      | R\$ 52.584,51     |
| Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) acima de 64 págs | <i>a combinar</i> |

## /// Embalagens

| PEÇA >                                           | Layout >      | Finalização > | 2024 >        |
|--------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Bula                                             | R\$ 1.630,12  | R\$ 2.234,84  | R\$ 3.864,96  |
| Caixa de Embarque                                | R\$ 3.549,45  | R\$ 3.444,29  | R\$ 6.993,74  |
| Cartela                                          | R\$ 1.130,57  | R\$ 1.446,07  | R\$ 2.576,64  |
| Cinta para Embalagem                             | R\$ 1.130,57  | R\$ 1.630,12  | R\$ 2.760,69  |
| Display                                          | R\$ 6.310,14  | R\$ 2.524,06  | R\$ 8.834,20  |
| Embalagem                                        | R\$ 7.729,92  | R\$ 3.312,82  | R\$ 11.042,75 |
| Embalagem Blister                                | R\$ 8.913,07  | R\$ 5.258,45  | R\$ 14.171,53 |
| Embalagem de Linha de Produtos (até 05 produtos) | R\$ 18.036,49 | R\$ 7.729,92  | R\$ 25.766,41 |
| Embalagem Promocional                            | R\$ 5.521,37  | R\$ 3.680,92  | R\$ 9.202,29  |
| Embalagem / Reformulação                         | R\$ 4.732,61  | R\$ 3.680,92  | R\$ 8.413,52  |
| Mascote                                          | R\$ 5.258,45  | R\$ 2.103,38  | R\$ 7.361,83  |
| Mock-up                                          | R\$ 5.258,45  | R\$ 2.103,38  | R\$ 7.361,83  |
| Pictograma                                       | R\$ 4.601,14  | R\$ 1.971,92  | R\$ 6.573,06  |
| Rótulo                                           | R\$ 7.729,92  | R\$ 3.312,82  | R\$ 11.042,75 |
| Rótulo de Linha de Produtos (até 05 produtos)    | R\$ 18.036,49 | R\$ 7.729,92  | R\$ 25.766,41 |
| Rótulo Promocional                               | R\$ 5.521,37  | R\$ 3.680,92  | R\$ 9.202,29  |
| Rótulo / Reformulação                            | R\$ 4.732,61  | R\$ 3.680,92  | R\$ 8.413,52  |
| Sacola Institucional                             | R\$ 6.257,56  | R\$ 2.681,81  | R\$ 8.939,37  |
| Sacola Promocional                               | R\$ 2.576,64  | R\$ 1.104,27  | R\$ 3.680,92  |

## /// Materiais Impressos, Capas e Páginas

| PEÇA >                                 | Layout >     | Finalização > | 2024 >        |
|----------------------------------------|--------------|---------------|---------------|
| Agenda Capa                            | R\$ 2.208,55 | R\$ 1.472,37  | R\$ 3.680,92  |
| Agenda Projeto / Finalização           | R\$ 6.625,65 | R\$ 4.417,10  | R\$ 11.042,75 |
| Álbum Capa                             | R\$ 2.366,30 | R\$ 2.234,84  | R\$ 4.601,14  |
| Álbum Projeto / Finalização            | R\$ 4.995,53 | R\$ 5.784,30  | R\$ 10.779,83 |
| Apostila Capa                          | R\$ 2.445,18 | R\$ 2.760,69  | R\$ 5.205,87  |
| Apostila Desenvolvimento (por pág)     | R\$ 736,18   | R\$ 709,89    | R\$ 1.446,07  |
| Book Projeto / Finalização             | R\$ 5.521,37 | R\$ 3.680,92  | R\$ 9.202,29  |
| Broadside Projeto / Finalização        | R\$ 6.993,74 | R\$ 2.997,32  | R\$ 9.991,06  |
| Caderno Capa                           | R\$ 2.313,72 | R\$ 1.551,24  | R\$ 3.864,96  |
| Caderno Desenvolvimento (por pág)      | R\$ 516,28   | R\$ 219,90    | R\$ 736,18    |
| Calendário de Mesa 1 lâmina            | R\$ 2.760,69 | R\$ 1.840,46  | R\$ 4.601,14  |
| Calendário de Mesa Múltiplas Lâminas   | R\$ 4.417,10 | R\$ 2.944,73  | R\$ 7.361,83  |
| Calendário de Parede 1 Lâmina          | R\$ 2.760,69 | R\$ 1.840,46  | R\$ 4.601,14  |
| Calendário de Parede Múltiplas Lâminas | R\$ 4.417,10 | R\$ 2.944,73  | R\$ 7.361,83  |
| Cardápio Projeto / Finalização         | R\$ 6.625,65 | R\$ 4.417,10  | R\$ 11.042,75 |
| Carnê Capa                             | R\$ 1.656,41 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.760,69  |
| Carnê Miolo                            | R\$ 1.656,41 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.760,69  |
| Cartaz / Poster (de Arte)              | R\$ 4.890,36 | R\$ 3.260,24  | R\$ 8.150,60  |
| Cartaz Institucional                   | R\$ 3.312,82 | R\$ 2.208,55  | R\$ 5.521,37  |
| Cartaz Promocional                     | R\$ 2.208,55 | R\$ 1.472,37  | R\$ 3.680,92  |
| Cartazete                              | R\$ 1.656,41 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.760,69  |
| Carteirinha                            | R\$ 552,14   | R\$ 368,09    | R\$ 920,23    |

## /// Materiais Impressos, Capas e Páginas

| PEÇA >                       | Layout >     | Finalização > | 2024 >       |
|------------------------------|--------------|---------------|--------------|
| Circular / Carta             | R\$ 663,28   | R\$ 440,99    | R\$ 1.104,27 |
| Convite                      | R\$ 3.312,82 | R\$ 2.208,55  | R\$ 5.521,37 |
| Diploma / certificado        | R\$ 1.656,41 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.760,69 |
| Editoração Tabela ou Gráfico | R\$ 1.104,27 | R\$ 736,18    | R\$ 1.840,46 |
| Folder (por dobra)           | R\$ 3.864,96 | R\$ 1.656,41  | R\$ 5.521,37 |
| Formulário                   | R\$ 884,38   | R\$ 587,99    | R\$ 1.472,37 |
| Ingresso                     | R\$ 2.208,55 | R\$ 1.472,37  | R\$ 3.680,92 |
| Mala Direta                  | R\$ 5.079,19 | R\$ 3.386,92  | R\$ 8.466,11 |
| Press Release (por lauda)    | -            | -             | R\$ 1.840,46 |

## /// Materiais Promocionais

| PEÇA >                      | Layout >     | Finalização > | 2024 >       |
|-----------------------------|--------------|---------------|--------------|
| Adesivo até 50 x 50 cm      | R\$ 1.231,98 | R\$ 733,44    | R\$ 1.965,42 |
| Adesivo acima de 50 x 50 cm | R\$ 3.220,80 | R\$ 1.380,34  | R\$ 4.601,14 |
| Avental                     | R\$ 1.840,46 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.944,73 |
| Back Drop                   | R\$ 1.709,00 | R\$ 1.971,92  | R\$ 3.680,92 |
| Balcão para Degustação      | R\$ 3.023,61 | R\$ 3.602,04  | R\$ 6.625,65 |
| Bandeira                    | R\$ 736,18   | R\$ 1.012,25  | R\$ 1.748,44 |
| Bandeirola                  | R\$ 736,18   | R\$ 1.012,25  | R\$ 1.748,44 |
| Banner                      | R\$ 893,94   | R\$ 1.130,57  | R\$ 2.024,50 |
| Baralho                     | R\$ 1.709,00 | R\$ 3.444,29  | R\$ 5.153,28 |
| Bexiga / Bola / Balão       | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |

## /// Materiais Promocionais

| PEÇA >                            | Layout >     | Finalização > | 2024 >       |
|-----------------------------------|--------------|---------------|--------------|
| Blimp                             | R\$ 1.709,00 | R\$ 1.603,83  | R\$ 3.312,82 |
| Bloco de Recados                  | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Boné                              | R\$ 893,94   | R\$ 1.130,57  | R\$ 2.024,50 |
| Botton                            | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Braçadeira                        | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Caixa de Fósforo                  | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Caixa / Dispenser / Urna          | R\$ 2.332,75 | R\$ 1.905,23  | R\$ 4.237,98 |
| Calendário de Bolso               | R\$ 1.209,44 | R\$ 1.183,15  | R\$ 2.392,60 |
| Camiseta                          | R\$ 1.130,57 | R\$ 709,89    | R\$ 1.840,46 |
| Caneta / Lápis                    | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Canivete / Faca                   | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Cartão de Agradecimento           | R\$ 2.172,70 | R\$ 929,79    | R\$ 3.102,49 |
| Cartão de Aniversário             | R\$ 2.366,30 | R\$ 2.050,80  | R\$ 4.417,10 |
| Cartão de Natal                   | R\$ 2.366,30 | R\$ 2.050,80  | R\$ 4.417,10 |
| Cartão Magnético / Crédito        | R\$ 2.366,30 | R\$ 2.050,80  | R\$ 4.417,10 |
| Cartão Postal                     | R\$ 1.130,57 | R\$ 1.630,12  | R\$ 2.760,69 |
| Carteira para docs. Veículos etc. | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Cartela de Preço                  | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Chapéu                            | R\$ 1.130,57 | R\$ 709,89    | R\$ 1.840,46 |
| Chaveiro                          | R\$ 1.130,57 | R\$ 709,89    | R\$ 1.840,46 |
| Cinta                             | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Cinzeiro                          | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Copo / Caneca / Garrafa           | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |

## /// Materiais Promocionais

| PEÇA >                                                 | Layout >     | Finalização > | 2024 >       |
|--------------------------------------------------------|--------------|---------------|--------------|
| Crachá / Credencial                                    | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Cupom                                                  | R\$ 1.130,57 | R\$ 1.077,98  | R\$ 2.208,55 |
| Deflector Solar                                        | R\$ 1.840,46 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.944,73 |
| Display de Balcão                                      | R\$ 1.840,46 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.944,73 |
| Display de Ponta de Gôndola                            | R\$ 1.840,46 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.944,73 |
| Display de Preço                                       | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Display de Vitrine                                     | R\$ 1.577,54 | R\$ 1.288,32  | R\$ 2.865,86 |
| Estandarte                                             | R\$ 893,94   | R\$ 1.130,57  | R\$ 2.024,50 |
| Faixa de Gôndola                                       | R\$ 736,18   | R\$ 920,23    | R\$ 1.656,41 |
| Ficha de Inscrição                                     | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Fita de Cabeça / Pulso                                 | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Flâmula                                                | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Flyer / Folheto / Panfleto / Filipeta (frente e verso) | R\$ 1.709,00 | R\$ 1.603,83  | R\$ 3.312,82 |
| Flyer / Folheto / Panfleto / Filipeta (frente)         | R\$ 1.262,03 | R\$ 946,52    | R\$ 2.208,55 |
| Galhardete                                             | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Guardanapo                                             | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Guarda-sol                                             | R\$ 1.840,46 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.944,73 |
| Imã de Geladeira                                       | R\$ 1.262,03 | R\$ 946,52    | R\$ 2.208,55 |
| Inflável                                               | R\$ 3.128,78 | R\$ 1.340,91  | R\$ 4.469,68 |
| Lenço                                                  | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Leque                                                  | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Marcador de página                                     | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Medalha                                                | R\$ 1.262,03 | R\$ 946,52    | R\$ 2.208,55 |

## /// Materiais Promocionais

| PEÇA >                                          | Layout >     | Finalização > | 2024 >        |
|-------------------------------------------------|--------------|---------------|---------------|
| Móbile                                          | R\$ 1.577,54 | R\$ 1.919,33  | R\$ 3.496,87  |
| Mouse pad                                       | R\$ 1.577,54 | R\$ 1.367,20  | R\$ 2.944,73  |
| Nécessaire                                      | R\$ 1.577,54 | R\$ 1.367,20  | R\$ 2.944,73  |
| Painel Fotográfico                              | R\$ 2.103,38 | R\$ 1.709,00  | R\$ 3.812,38  |
| Painel / Fundo de Palco                         | R\$ 4.509,12 | R\$ 1.932,48  | R\$ 6.441,60  |
| Papel de Bandeja                                | R\$ 2.103,38 | R\$ 1.709,00  | R\$ 3.812,38  |
| Passador de Gôndola                             | R\$ 1.840,46 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.944,73  |
| Pen Drive                                       | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37  |
| Placa Inaugurativa / Comemoração                | R\$ 1.840,46 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.944,73  |
| Plaqueta                                        | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37  |
| Porta Copo                                      | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37  |
| Praguinha                                       | R\$ 736,18   | R\$ 1.104,27  | R\$ 1.840,46  |
| Prancha PVC                                     | R\$ 1.262,03 | R\$ 946,52    | R\$ 2.208,55  |
| Press-kit / Pasta (capa e por lâmina)           | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37  |
| Raspadinha                                      | R\$ 1.840,46 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.944,73  |
| Régua                                           | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37  |
| Risque-Rabisque                                 | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37  |
| Saia de mesa / Faixa de mesa                    | R\$ 736,18   | R\$ 1.104,27  | R\$ 1.840,46  |
| Selo                                            | R\$ 1.840,46 | R\$ 1.104,27  | R\$ 2.944,73  |
| Stand para feiras / Envelopagem acima de 25 mts | R\$ 6.178,68 | R\$ 10.385,44 | R\$ 16.564,12 |
| Stand para feiras / Envelopagem até 15 mts      | R\$ 4.233,05 | R\$ 5.495,08  | R\$ 9.728,13  |
| Stand para feiras / Envelopagem de 15 a 25 mts  | R\$ 4.206,76 | R\$ 8.676,44  | R\$ 12.883,21 |
| Take One                                        | R\$ 2.497,76 | R\$ 2.103,38  | R\$ 4.601,14  |

## /// Materiais Promocionais

| PEÇA >          | Layout >     | Finalização > | 2024 >       |
|-----------------|--------------|---------------|--------------|
| Toalha          | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Troféu          | R\$ 2.497,76 | R\$ 2.103,38  | R\$ 4.601,14 |
| Viseira         | R\$ 736,18   | R\$ 736,18    | R\$ 1.472,37 |
| Welcome Package | R\$ 2.497,76 | R\$ 2.103,38  | R\$ 4.601,14 |
| Woobler         | R\$ 2.447,57 | R\$ 1.049,30  | R\$ 3.496,87 |

## /// Live Marketing

| PEÇA >                                | 2024 >        |
|---------------------------------------|---------------|
| Planejamento de ação promocional      | R\$ 20.495,04 |
| Planejamento de ativação              | R\$ 12.704,02 |
| Planejamento de evento                | R\$ 35.043,46 |
| Planejamento de campanha de incentivo | R\$ 15.147,52 |
| Planejamento de Convenção             | R\$ 15.274,23 |

## /// Outros Serviços

| SERVIÇO >                       | 2024 >     |
|---------------------------------|------------|
| Tratamento de Imagens (simples) | R\$ 525,85 |
| Valor de arte mínima            | R\$ 736,18 |
| Vetorização (por Logotipo)      | R\$ 262,92 |

## /// Design Gráfico Político > Identidade Visual

| POSIÇÃO >         | 2024 >         |
|-------------------|----------------|
| Governador        | R\$ 460.114,48 |
| Senador           | R\$ 420.676,10 |
| Deputado Federal  | R\$ 315.507,08 |
| Deputado Estadual | R\$ 197.191,92 |
| Prefeito Capital  | R\$ 315.507,08 |
| Prefeito Interior | R\$ 157.753,54 |
| Vereador Capital  | R\$ 105.169,03 |
| Vereador Interior | R\$ 59.157,58  |

## /// Multimídia

| PEÇA >                         | 2024 >       |
|--------------------------------|--------------|
| Apresentação até 30 Telas      | R\$ 6.310,14 |
| Apresentação acima de 30 Telas | a combinar   |

## /// Serviços Adicionais

| PEÇA >                                           | 2024 >     |
|--------------------------------------------------|------------|
| Cópia com CD                                     | R\$ 65,73  |
| Cópia com Pen Drive (unidade até 8 gigas)        | R\$ 105,17 |
| Digitação de Textos (por lauda até 1.200 toques) | R\$ 460,11 |
| Digitação de Textos / Outros idiomas (por lauda) | R\$ 689,57 |

# ÍNDICE /// digital

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Anúncios Display.....                             | 22 |
| Formatos Publicitários Mais Utilizados .....      | 22 |
| Outras Peças .....                                | 24 |
| Vídeos Curtos e Cartelados.....                   | 24 |
| Projetos > Campanhas Digitais .....               | 25 |
| Projetos > Redes Sociais .....                    | 26 |
| Projetos > SEO (Search Engine Optimization) ..... | 27 |
| Projetos > Website.....                           | 29 |
| Projetos > Hotsite .....                          | 29 |
| Projetos > Mobile Site.....                       | 29 |
| Projetos > Blog .....                             | 30 |
| Projetos > Landing Page .....                     | 30 |
| Projetos > Mobile App .....                       | 31 |
| Projetos > E-commerce .....                       | 31 |
| Projetos > E-mail Marketing .....                 | 32 |
| Projetos > Newsletter .....                       | 32 |
| Modelo de Precificação Opcional .....             | 33 |

> off / pág. 2

## /// Anúncios Display

| PEÇA / TIPO >                                               |              | Preço Referência >           |
|-------------------------------------------------------------|--------------|------------------------------|
| Master (quaisquer dimensões)                                |              | R\$ 4.462,51                 |
|                                                             |              | ESTÁTICO ANIMADO             |
| Adaptação (quaisquer dimensões)                             | R\$ 1.712,22 | R\$ 1.957,58                 |
|                                                             |              | POR FORMATO 18 FORMATOS GND* |
| Replicação (Ajustes de especificações para outros veículos) | R\$ 502,85   | R\$ 2.336,43                 |

\*Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.

## /// Formatos Publicitários Mais Utilizados

| PEÇA >                              | Dimensões em Pixels  |
|-------------------------------------|----------------------|
| Arranha-céu (Skyscraper)            | 120 X 600            |
| Arranha-céu largo (Wide skyscraper) | 160 x 600            |
| Banner                              | 468 x 60             |
| Super banner (Cabeçalho)            | 728 x 90             |
| Super banner expansível             | 728 x 90 - 728 x 300 |
| Giga banner (Cabeçalho grande)      | 970 x 90             |
| Retângulo                           | 180 x 150            |
| Retângulo médio                     | 300 x 250            |
| Retângulo grande                    | 336 x 280            |
| Retângulo vertical                  | 240 x 400            |
| Barra vertical                      | 200 x 446            |
| Quadrado                            | 250 x 250            |
| Quadrado pequeno                    | 200 x 200            |

## /// Formatos Publicitários Mais Utilizados

| PEÇA >                               | Dimensões em Pixels                 |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Meia página (Half page)              | 300 x 600                           |
| Outdoor (Billboard)                  | 970 x 250                           |
| Dhtml / Floater                      | Variável, até 72.200 pixels de área |
| MOBILE                               |                                     |
| Feature Phones >                     |                                     |
| Small Banner                         | 120 x 20                            |
| Medium Banner                        | 168 x 28                            |
| Large Banner                         | 216 x 36                            |
| Smart Phones - Web & APPs >          |                                     |
| Banner e Banner Expansível           | 300 x 50                            |
| Wide Banner e Wide Banner Expansível | 320 x 50                            |
| Interstitial                         | 300 x 250                           |

### Observação:

Formatos padrão IAB e Rede Display Google (GDN). Sujeitos a alteração.

## /// Outras Peças

| PEÇA >                                                              | Criação / Finalização |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Post simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)               | R\$ 4.008,37          |
| Post Carrossel (jpg/gifs + texto)                                   | R\$ 8.016,75          |
| Cover para Redes Sociais                                            | R\$ 4.008,37          |
| Card para Whatsapp                                                  | R\$ 4.461,72          |
| Header para Redes Sociais (Facebook, YouTube, Instagram e LinkedIn) | R\$ 4.462,85          |
| Avatar                                                              | R\$ 4.463,99          |
| Convite Digital (e-mail, WhatsApp ou Redes Sociais)                 | R\$ 4.465,13          |
| Wallpaper/Descanso de Tela                                          | R\$ 4.466,27          |
| Criação / Animação / Programação                                    |                       |
| Anúncio para Tablet Horizontal ou Vertical                          | R\$ 8.925,03          |
| Anúncio para Tablet Horizontal e Vertical                           | R\$ 13.387,54         |

**Observações:**

- 1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.
- 2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação.  
Para anúncio estático cobrar 60%.

## /// Vídeos Curtos e Cartelados

| PEÇA >                                                   | Criação / Finalização |
|----------------------------------------------------------|-----------------------|
| Vídeos Digitais para Midia Indoor* 15" / 30" / 45" / 60" | R\$ 17.072,89         |
| Vídeos Curtos para Redes Sociais/Vídeos Cartelados*      | R\$ 5.690,96          |
| Vídeos 5" ou 7" (vinheta de abertura e encerramento)     | R\$ 1.252,01          |

\*Sem captação, sem locução, mas utilizando recursos como gifs, animação simples de imagens, motion graphics.

## /// Projetos > Campanhas Digitais

### SERVIÇO / ESCOPO >

### Preço Referência >

#### >>> PLANEJAMENTO DE CAMPANHA

Abrange 2 áreas distintas: planejamento estratégico e o planejamento de mídia, ambos para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz swot e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE CAMPANHAS DIGITAIS</b><br>A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.                                | R\$ 42.187,12 |
| <b>PLANEJAMENTO DE MÍDIA PARA CAMPANHAS DIGITAIS</b><br>A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, somados as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definirá: canais digitais que melhor atendem a estratégia definida, volume de mídia em cada canal, plano de mídia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente. | R\$ 28.801,97 |

#### Observação:

Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.

### SERVIÇO / ESCOPO >

### Preço Referência >

#### >>> GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE

Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.

|                                                                                                                                                  |                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| <b>REDE DE PESQUISA (LINKS PATROCINADOS)</b><br>Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas. | 20%<br>da verba<br>gerenciada |
| <b>REDE DE DISPLAY</b><br>Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.                       | 20%<br>da verba<br>gerenciada |
| <b>PROGRAMÁTICA</b><br>Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.                          | 20%<br>da verba<br>gerenciada |

#### Observação:

Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 5.705,70/mês.

## /// Projetos > **Redes Sociais**

**SERVIÇO / ESCOPO >**

**Preço Referência >**

### >>> PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS

O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders.

- Diagnóstico da presença nas redes sociais
- Definição dos objetivos a serem atingidos
- Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma
- Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a ser utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria
- Definição de métricas para acompanhamento
- Definição de ferramentas para análise de desempenho

R\$ 32.506,78

### >>> GESTÃO DE REDES SOCIAIS

Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais. O monitoramento contínuo inclui o relacionamento com os stakeholders, análises de métricas relevantes e ações emergenciais de acordo com o que for detectado.

#### **GESTÃO DE CANAIS E CONTEÚDO**

- Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação
- Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros
- Planejamento recorrente dos temas abordados no mês
- Customização das fanpages com o mote do período
- Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo junto ao cliente
- Volumetria: até 03 redes sociais, postagens nas seguintes quantidades:  
Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana
- Insights para a produção de conteúdo
- Entrega e apresentação de relatório mensal

14.245,05 / Mês

## /// Projetos > Redes Sociais

| SERVIÇO / ESCOPO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Preço Referência >  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| <b>GESTÃO DE MONITORAMENTO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000 menções/mês)</li> <li>• Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens</li> <li>• Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados</li> <li>• Monitoramento de menções e temperatura de humor</li> <li>• Monitoramento de resultados de ações e campanhas</li> <li>• Indicadores de desempenho (KPIs)</li> <li>• Acordo de Nível de Serviço 5x8</li> <li>• Entrega e apresentação de relatório mensal.</li> </ul> | R\$ 8.634,94 / Mês  |
| <b>GESTÃO DE RELACIONAMENTO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca</li> <li>• Classificação do perfil de seguidores e influenciadores</li> <li>• Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade</li> <li>• Acordo de Nível de Serviço 5x8</li> <li>• Volume médio de 150 interações por mês</li> <li>• Entrega e apresentação de relatório mensal</li> </ul>                                                                                                                                                                                     | R\$ 12.535,64 / Mês |

### Observação:

Os preços não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais.

## /// Projetos > SEO (Search Engine Optimization)

| SERVIÇO / ESCOPO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Preço Referência > |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>&gt;&gt;&gt; PLANEJAMENTO</b> <p>Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise do comportamento de busca do mercado da empresa</li> <li>• Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência</li> <li>• Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio</li> <li>• Definição dos melhores canais (buscadores)</li> <li>• Definição dos tipos de conteúdo mais adequados</li> <li>• Definição das estratégias de link building</li> <li>• Análise do Ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority)</li> <li>• Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas</li> <li>• Traffic source - tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores.</li> <li>• Análise do Campo Semântico para qualificação da audiência desejada</li> <li>• Definição da estratégia de Gestão de Autoridade</li> <li>• Definição de Metas e KPIs</li> </ul> | R\$ 28.084,91      |

## /// Projetos > **SEO (Search Engine Optimization)**

### SERVIÇO / ESCOPO >

### Preço Referência >

#### >>> GESTÃO

A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. Inclui link building, instruções técnicas para otimização de páginas, códigos do site, otimização do conteúdo e das imagens, instruções para otimização de back-links e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.

#### DIAGNÓSTICO E SETUP INICIAL DO CANAL

Consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante pelos buscadores.

- Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site
- Melhorias no Title e Meta Description
- Correções na indexação do site (rastreamento, ações manuais, dns, 404, robots, sitemaps e servidor)
- Levantamento de Transferência de propriedade e autoridade de página/domínio
- Análises de Broken Link, Backlinks e Link Building
- Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat
- Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas

R\$ 13.743,69

#### Observação:

Preço para 20 Seções/Templates.

#### >>> GESTÃO DE SEO

A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.

- Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados
- Instruções técnicas para otimização de páginas
- Revisão constante de códigos do canal
- Otimização do conteúdo e das imagens
- Instruções para otimização de back-links
- Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento
- Volume sugerido criação de um conteúdo por semana.

10.826,24 / Mês

#### Observação:

Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.

## /// Projetos > Website

| SERVIÇO / ESCOPO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Preço Referência > |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Responsivo com 10 seções. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores. | R\$ 44.338,31      |
| CRIAÇÃO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Preço Referência > |
| Website                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | R\$ 17.735,32      |

## /// Projetos > Hotsite

| SERVIÇO / ESCOPO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Preço Referência > |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Tecnicamente idêntico ao website, porém com uma estrutura de seções menor e mais focada a lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.                                                                                                                                                            |                    |
| Hotsite de evento com 8 seções, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores. | R\$ 25.526,19      |
| CRIAÇÃO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Preço Referência > |
| Hotsite                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | R\$ 10.212,15      |

## /// Projetos > Mobile Site

| SERVIÇO / ESCOPO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Preço Referência > |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Um Mobile Site possui as mesmas características de um website, porém devem ser consideradas premissas técnicas essenciais para elevar a experiência do usuário e otimizar muito o desempenho, visto que será utilizados em dispositivos móveis.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                    |
| Versão de um website já existente. 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis. | R\$ 26.531,27      |

## /// Projetos > Blog

| SERVIÇO / ESCOPO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Preço Referência > |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                    |
| Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores. | R\$ 17.209,47      |
| CRIAÇÃO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Preço Referência > |
| Blog                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | R\$ 6.883,79       |

## /// Projetos > Landing Page

| SERVIÇO / ESCOPO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Preço Referência > |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                    |
| Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: Até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores. | R\$ 8.509,13       |
| CRIAÇÃO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Preço Referência > |
| Landing Page                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | R\$ 3.403,65       |

### Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

- 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.
- 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

## /// Projetos > **Mobile App**

| SERVIÇO / ESCOPO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Preço Referência > |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e IOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end.<br>Funcionalidades: Login, Logout, Esqueci minha senha, Termos de Uso, Cadastro, Sobre o Aplicativo, Galeria de Fotos, Notícias, Push notification, Eventos, Alteração de dados cadastrais. Paine de Administração para atualização de conteúdo e APIs de integração entre o Back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos. | R\$ 68.837,91      |

### Observação:

O preço não inclui produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.

## /// Projetos > **E-commerce**

| SERVIÇO / ESCOPO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Preço Referência > |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Customização de e-commerce, utilizando plataforma de mercado existente. Em caso de plataformas open-source, é definido um tema padrão e com base nisto é feita toda customização. Em caso de platorma proprietária, é utilizado o tema já existente e feito as customizações dentro dos limites da plataforma.                                                                                                                                                                                    |                    |
| E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda on-line. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: Home, Categoria de Produtos, Produto, Carrinho de Compras, Finalização de Pedido, Resultados de Busca, Institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores. | R\$ 57.603,94      |
| CRIAÇÃO >                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Preço Referência > |
| E-commerce                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | R\$ 23.041,57      |

### Observações:

- 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos.
- 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte.
- 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

## /// Projetos > E-mail Marketing

| SERVIÇO / ESCOPO >                                                                                                                                                                                                         | Preço Referência > |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>criação e produção do HTML</b><br>Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.                           | R\$ 4.008,37       |
| <b>OUTROS SERVIÇOS DE E-MAIL MARKETING</b><br>Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes. | sob consulta       |

## /// Projetos > Newsletter

| SERVIÇO / ESCOPO >                                                                                                                                                                                                   | Preço Referência > |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>criação e produção do HTML</b><br>Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.<br><i>*Conteúdo especializado produzido pelo cliente.</i>                   | R\$ 4.008,37       |
| <b>OUTROS SERVIÇOS DE NEWSLETTER</b><br>Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes. | sob consulta       |

## /// Modelo de Precificação Opcional

Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.

### Exemplos:

- Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app;
- Análise de presença, Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais;
- Planejamento e Gestão de campanhas digitais;
- Planejamento, setup e gestão de SEO;
- Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc;
- Criação e produção de Intervenções diferenciadas.

**O orçamento final será baseado em três pilares essenciais:**

- 1) Detalhamento claro do escopo de trabalho;
- 2) Metodologia para execução e gestão de projeto;
- 3) Tecnologia adotada.

**Existem 5 áreas básicas, necessárias para o desenvolvimento dos serviços digitais.**

| ÁREAS                                       | Custo Hora-Homem |
|---------------------------------------------|------------------|
| Planejamento                                | 454,14 a 567,24  |
| Atendimento e Gestão                        | 364,51 a 455,34  |
| Design/Criação                              | 364,51 a 455,34  |
| Produção de Conteúdo (web ou redes sociais) | 315,50 a 386,02  |
| Programação                                 | 272,48 a 364,51  |

## **/// Critérios Gerais**

**01)** Os critérios gerais seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como a Legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e os Decretos nº57.690 de 1º fevereiro de 1966 e nº 4.563/2002.

**02)** Os custos internos são cobrados conforme previsto nos itens 3.6, 3.8 e 3.10 das Normas-Padrão do CENP – (Conselho Executivo das Normas-Padrão). São compostos dos custos de criação e arte-final, adicionados dos demais recursos utilizados para a confecção dos materiais do cliente, como digitalização de imagens (scanner), vetorização de logotipos, editoração, impressões, entre outros. Com o objetivo de assegurar a qualidade técnica dos trabalhos produzidos por agências de publicidade, o SINAPRO/MS, apoiando-se em pesquisas, confirmou que eventuais negociações de custos internos entre clientes e agências com descontos superiores a 50% (cinquenta por cento) sobre os preços da presente tabela referencial tem o potencial de afetar negativamente a qualidade e o ritmo dos serviços prestados pelas agências. Por isso, reiteramos que, em relação aos custos internos, o SINAPRO/MS recomenda que quando houver negociação de valores, a exemplo do montante da verba publicitária, que o eventual percentual de desconto sobre os valores constantes na presente tabela não ultrapasse 50% (cinquenta por cento), com a finalidade de manter a qualidade dos serviços prestados pelas agências de publicidade no âmbito de Mato Grosso do Sul.

### **03) Remuneração da agência de propaganda:**

**a)** Pelo planejamento de mídia e pela intermediação na contratação de espaço/tempo publicitário, a agência receberá dos veículos de divulgação, 20% sobre o valor da mídia. Essa remuneração é exclusivamente concedida às agências de propaganda e não pode ser repassada ao anunciante direto (cf. subitem 3.11.2, “b” e “c” das Normas-Padrão).

**b)** Pela responsabilidade de pesquisar opções de terceirização buscando sempre a melhor relação entre qualidade, preço e agilidade dos fornecedores de serviços auxiliares, bem como pelo acompanhamento e controle de todas as fases de produção que serão executadas materialmente por terceiros fornecedores, a Agência é remunerada pelo cliente no percentual de 15% sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com esses mesmos fornecedores (cf. subitem 3.11.2, “b” e “c” das Normas-Padrão).

**c)** serviços especiais, tais como pesquisas, assessoria de imprensa e outros serão cobrados mediante prévia combinação entre as partes.

**04)** Critérios de Permuta: É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre Veículos de Comunicação e Anunciantes, diretamente ou mediante a participação da Agência de Publicidade responsável pela conta publicitária. O respectivo contrato deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá remunerar a Agência, podendo este ônus recair sobre o Veículo ou sobre o Anunciante, isoladamente, ou sobre ambos e em qual proporção. Quando o contrato for omissivo a respeito, a Agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus ao “desconto padrão de agência”, na forma do item 2.5 combinado com o item 4.1 das Normas-Padrão do CENP.

**05)** Nos casos de remontagem de peças produzidas, cada uma será respectivamente cobrada à razão de 30% do valor estabelecido nestes Custos Referenciais.

**06)** Nos valores discriminados nestes Custos Referenciais do Sinapro MS não estão necessariamente incluídos materiais complementares relativos e necessários para layout e finalização, tais como fotografias, ilustrações, gráficos, cartoons etc.

**07)** Critério para remuneração de “Fee” mensal: 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 das Normas-Padrão do CENP. O “fee” poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrente da veiculação (“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. 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. 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”.

**08)** O ISS (imposto sobre serviços) devido sobre seus honorários será pago, conforme disposição do art. 3º, da Lei Complementar n.º 116/2003, no local do estabelecimento prestador ou, na falta do estabelecimento, no local do domicílio do prestador.

**09)** Reembolso de despesas: Serão debitados ao cliente, pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou ISS, todos os gastos efetuados e previamente autorizados e comprovados para o bom desempenho dos serviços. Esses gastos, em geral, referem-se a viagens, estadias, transporte, alimentação, comunicação em geral, cópias etc.

**10)** O cliente liquidará, à vista, as notas de honorários e de despesas apresentadas pela Agência, prevalecendo, porém, o prazo de vencimento das faturas de serviços de terceiros.

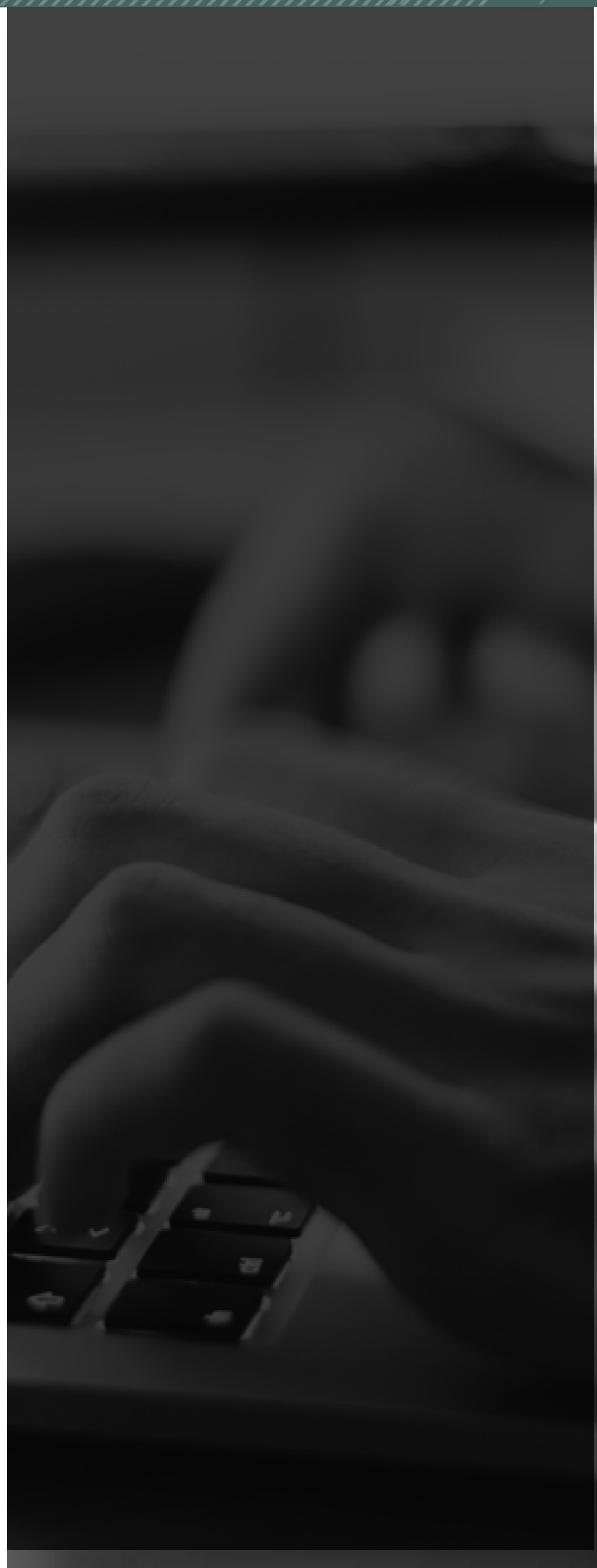
**11)** Sempre que os serviços solicitados pelo cliente e executados pela Agência não sejam realizados, veiculados ou venham a ser cancelados, a Agência os cobrará de acordo com estes Custos Referenciais, a fim de ressarcir de suas despesas com planejamento, layout, concepção etc.

**12)** Clientes que desejarem realizar concorrência entre agências deverão ser informados de que serão cobrados custos de elaboração das peças solicitadas/apresentadas.

**13)** Serviços solicitados e não finalizados no prazo de 30 dias sofrerão cobrança do custo de layouts.

**14)** Hora técnica de consultoria em propaganda e marketing, diagnóstico empresarial: R\$ 788,77.

**15)** Projetos Especiais: A cobrança de projetos, criação/layouts, redação de textos de materiais e outros serviços não previstos nestes Custos Referenciais é de livre acerto entre a agência e o cliente.



\*Valores vigentes até a publicação da nova lista de custos referenciais para serviços de publicidade.



---

Tel: (67) 99661-6453  
[www.sinaproms.org.br](http://www.sinaproms.org.br)



Documento autenticado via usuário e senha, por ROSANGELA VIEIRA DOS SANTOS,  
Assessor Parlamentar, em 16/05/2025, às 07:59, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023,  
horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul

LEANDRO DOS  
SANTOS  
PINDAIBA:007089061  
76

Assinado de forma digital  
por LEANDRO DOS SANTOS  
PINDAIBA:00708906176  
Dados: 2025.10.21 11:32:57  
-04'00'

LEANDRO DOS  
SANTOS  
PINDAIBA:0070  
8906176

Assinado de forma  
digital por LEANDRO  
DOS SANTOS  
PINDAIBA:00708906176  
Dados: 2025.09.30  
09:44:52 -04'00'



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

**Estado de Mato Grosso do Sul**

### **1º ADENDO AO EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2025**

#### **PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 412/2025**

**OBJETO:** Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda, com o objetivo de executar, de forma integrada, atividades relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

A **Câmara Municipal de Brasilândia**, por intermédio de sua **Presidente**, no uso de suas atribuições legais e com fundamento na **Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021**, e na **Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010**, em razão de ajustes administrativos e técnicos, resolve expedir o presente **ADENDO AO EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2025**, para promover alterações no **Anexo II – Briefing da Campanha Publicitária** e na **data da sessão pública**..

#### **1. DA ALTERAÇÃO DO ITEM 9.0 – INVESTIMENTO DISPONÍVEL (ANEXO II – BRIEFING)**

##### **ONDE SE LÊ:**

“A disponibilidade de recursos estabelecida no Orçamento da Câmara de Vereadores é de **R\$ 13.500,00 (treze mil e quinhentos reais)** para a referida campanha.”

##### **LEIA-SE:**

“A disponibilidade de recursos estabelecida no Orçamento da Câmara de Vereadores é de **R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)** para a referida campanha.”

#### **2. DA ALTERAÇÃO DA DATA DA PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA**

**ONDE SE LÊ:** “Data da Primeira Sessão Pública: **26 de novembro de 2025**, às 10h (horário de Brasília).”

**LEIA-SE:** “Data da Primeira Sessão Pública: **17 de dezembro de 2025**, às 10h (horário de Brasília).”



## **CÂMARA MUNICIPAL DE BRASILÂNDIA**

### **Estado de Mato Grosso do Sul**

A nova data observa o prazo mínimo de **35 (trinta e cinco) dias úteis**, em conformidade com a legislação vigente.

### **3. DAS DEMAIS DISPOSIÇÕES**

Permanecem **inalteradas** as demais cláusulas, condições, prazos e anexos constantes do edital e seus complementos.

### **4. DA DETERMINAÇÃO**

Fica determinada a **publicação** do presente Adendo, que passa a integrar o edital da Concorrência Presencial nº 01/2025 para todos os efeitos legais.

**Brasilândia/MS, 21 de outubro de 2025.**

**MARIA JOVELINA DA SILVA**

Presidente da Câmara Municipal de Brasilândia/MS

Processo  
Digital

A autenticidade deste documento pode ser conferida em  
<https://cmbras.processo.digital/autenticidade>, informando o código  
do documento **00030789** e chave de segurança **BB7 577 27F**.



Processo  
Digital

Documento assinado digitalmente por MARIA JOVELINA DA SILVA, Presidente, em  
21/10/2025, às 10:30, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023, horário oficial do Estado do  
Mato Grosso do Sul.

## **BRIEFING**

### **CAMPANHA PUBLICITARIA DA CAMARA DE BRASILANDIA – MS**

#### **1.0. Missão**

Campanha publicitária institucional com conteúdo de caráter educativo, informativo e de orientação social, voltada a informar a população sobre a importância do Poder Legislativo e o verdadeiro papel do Vereador.

#### **1.1. Histórico de Brasilândia – MS**

Brasilândia, localizada no leste de Mato Grosso do Sul, tem sua origem ligada aos povos indígenas Ofaié, os primeiros habitantes da região. A partir de 1914, com a construção da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil, iniciou-se a ocupação por colonizadores e empresas estrangeiras.

Na década de 1940, a área pertencia à companhia inglesa Brasil Land Cattle Co., até ser desapropriada e incorporada à União. Em 1957, Joaquim Cândido da Silva fundou o povoado que deu origem à cidade. Brasilândia tornou-se distrito em 1961 e foi elevada à categoria de município em 14 de novembro de 1963, com instalação oficial em 25 de abril de 1965, data que marca sua emancipação política. Hoje, o município é composto pelos distritos de Brasilândia (sede) e Debrasa, e se destaca por sua importância histórica, cultural e econômica na região.

#### **1.2. Histórico da Câmara Municipal de Brasilândia**

A Câmara Municipal de Brasilândia-MS foi instalada oficialmente em 25 de abril de 1965, junto com a emancipação política do município. Desde então, atua na criação de leis, fiscalização do Poder Executivo e na representação da população.

Atualmente, a Câmara é composta por nove vereadores eleitos para a legislatura 2025–2028:

- Dr. José Ricardo (MDB)
- Juliane do Porto (MDB)
- Serginho Doo (PL)
- Fisioterapeuta Dr. Alexandre (PSDB)
- Cezar Malta (PSDB)
- Jo Silva (PSDB)
- Quintino do Agro (PL)
- Edinho do Master (PODE)
- Quinca da Fenix (PP)

As sessões ordinárias ocorrem todas as segundas-feiras, às 18h, com participação aberta ao público e transmissões ao vivo pelos canais oficiais da Câmara.

O Vereador, considerado o político mais antigo do Brasil, começou a atuar em 1532, com a criação da Câmara Municipal de São Vicente, no estado de São Paulo. Foi neste ano que aconteceu a primeira eleição legislativa do país,

marcando o início da história do Poder Legislativo no Brasil. Na época, os vereadores eram conhecidos como “homens bons” – cidadãos respeitados e proprietários locais – responsáveis por administrar as vilas coloniais, fiscalizar, aplicar normas e representar os interesses da população.

Ao longo da história do país, o Poder Legislativo só deixou de existir em dois momentos, ambos durante o governo de Getúlio Vargas: de 1930 a 1934, quando o Congresso Nacional foi dissolvido até a promulgação da nova Constituição; e de 1937 a 1946, durante o regime do Estado Novo, em que o Legislativo foi novamente fechado. Com o fim do regime autoritário e o retorno da democracia, em 1946, o Legislativo voltou com ainda mais força. Em 1947, foram realizadas eleições gerais, e em 1º de janeiro de 1948, prefeitos e vereadores eleitos em todo o país tomaram posse.

O Vereador é o representante mais próximo da população. Ele é quem recebe diretamente as reivindicações dos moradores, identifica os problemas da comunidade e busca providências junto aos órgãos competentes. Embora muitos acreditem que o vereador pode realizar obras ou contratar servidores, essa não é sua função.

O vereador não tem o poder de executar obras, contratar ou demitir funcionários públicos – isso é responsabilidade do Poder Executivo (Prefeitura). Sua função principal é legislar, fiscalizar e representar o povo.

Na Câmara Municipal, os vereadores têm o dever de:

- Elaborar, discutir e votar leis municipais;
- Fiscalizar a aplicação dos recursos públicos;
- Acompanhar a execução de obras e investimentos com verbas municipais, estaduais e federais;
- Monitorar a execução das principais leis orçamentárias, como:
- PPA (Plano Plurianual),
- LDO (Lei de Diretrizes Orçamentárias),
- LOA (Lei Orçamentária Anual).

Cabe também ao vereador atuar de forma independente e responsável, tendo sempre coragem de concordar com o que considera certo e discordar daquilo que julga errado, mantendo uma postura ética, transparente e comprometida com o bem-estar da comunidade.

A participação popular é essencial para fortalecer a democracia local. A população pode acompanhar as sessões da Câmara, enviar sugestões ou reivindicações aos parlamentares por e-mail, telefone, cartas ou pessoalmente, indo até a Casa de Leis. É fundamental que os moradores se envolvam, cobrem dos seus representantes e ajudem a construir uma cidade com mais justiça, infraestrutura, educação, saúde e qualidade de vida.

Conhecer o verdadeiro papel do vereador é um passo importante para fortalecer a cidadania. Em Brasilândia, como em todo o Brasil, o Poder Legislativo Municipal tem um papel essencial na construção de uma sociedade mais justa e participativa.

## **2- Campanha**

A Câmara Municipal de Brasilândia-MS, enquanto Poder Público, tem como um de seus principais objetivos tornar público o trabalho realizado pelos seus nove vereadores, que atuam como agentes fiscalizadores e legisladores. Isso inclui a apresentação de indicações, projetos de lei e a participação em ações, fatos e decisões que impactam diretamente a vida do cidadão e o cotidiano do município.

A comunicação institucional do Legislativo de Brasilândia precisa de planejamento estratégico, com foco nas ações da Casa de Leis, para garantir uma interação cada vez mais efetiva com a população, cumprindo, assim, os princípios da democracia participativa.

A Câmara preza pela clareza e transparência, pilares fundamentais para o acesso às informações públicas, conforme garante a Constituição Federal. É dever do Poder Legislativo atuar de forma ética, responsável e objetiva, inclusive na contratação de agências que contribuam para o fortalecimento da imagem institucional e para o cumprimento de seus objetivos de interesse público.

A imagem da Câmara Municipal deve ser respeitada e valorizada, fortalecendo sua identidade como Casa do Povo. Por isso, é essencial a elaboração de um planejamento completo de mídia e marketing institucional — abrangendo rádio, jornais, impressos, sites e mídias sociais — desenvolvido por agência de publicidade, sob orientação e supervisão da Assessoria de Imprensa da Câmara.

Essa estratégia visa promover, com eficiência, a divulgação das ações do Legislativo, aproximando o cidadão de seus representantes e reforçando os princípios da transparência e da participação popular.

## **3- Papel do Vereador**

Os vereadores são agentes políticos eleitos para representar a população no Legislativo municipal, com mandatos de quatro anos. Sua atuação é pautada pelas demandas da comunidade, identificadas por meio do contato direto com os moradores e entidades locais.

Cabe ao vereador propor leis, fiscalizar o Executivo e buscar soluções para questões como saúde, educação, transporte, saneamento, moradia, segurança, meio ambiente e qualidade dos serviços públicos. Embora não tenham o poder de executar obras, são responsáveis por encaminhar as reivindicações da população aos órgãos competentes.

Além disso, os vereadores participam das sessões plenárias, votam projetos de lei, integram comissões, concorrem à Mesa Diretiva e defendem propostas que visem ao interesse coletivo.

Ao eleger um vereador, a população escolhe seu porta-voz junto à administração pública e demais instituições, reforçando o papel da Câmara como a Casa do Povo.

## **4- Objetivo**

Informar a sociedade de Brasilândia sobre as verdadeiras atribuições dos vereadores e promover o exercício pleno da cidadania são objetivos fundamentais da Câmara Municipal. Isso inclui incentivar a participação da população nas sessões plenárias, audiências públicas e demais ações legislativas, fortalecendo o elo entre o povo e seus representantes.

A comunicação institucional do Poder Legislativo desempenha um papel essencial ao divulgar direitos, deveres e as ações da Câmara, mostrando os impactos positivos das decisões tomadas em benefício da comunidade. Nesse sentido, a comunicação pública exerce uma função estratégica na valorização da cidadania e na transparência do poder público.

O trabalho da Câmara Municipal de Brasilândia junto à mídia tem se fortalecido nos últimos anos. Por meio de seu site oficial e canais digitais, a população pode acompanhar de forma clara e acessível a atuação dos vereadores, incluindo projetos de lei, requerimentos, moções, decretos legislativos e demais atividades parlamentares que impactam diretamente a vida no município.

### **4.1 - Objetivo Principal**

I – Divulgar informações relevantes sobre as atividades e iniciativas dos diversos setores da Câmara Municipal;

II – Incentivar a participação popular nos debates e na construção de políticas públicas fundamentais para o desenvolvimento de Brasilândia;

III – Promover o conhecimento dos direitos dos cidadãos e dos serviços públicos disponíveis à população;

IV – Esclarecer projetos e ações legislativas, apresentando de forma acessível as políticas propostas pelo Poder Legislativo nas áreas de maior interesse da sociedade.

V – Fortalecer a transparência pública, garantindo que as ações dos vereadores sejam acessíveis e compreendidas pela população;

VI – Valorizar o papel do Poder Legislativo, mostrando sua importância na fiscalização e elaboração de leis que impactam diretamente o cotidiano dos cidadãos;

VII – Aproximar a Câmara da comunidade, promovendo ações de escuta ativa, como audiências públicas, consultas populares e canais de diálogo direto com a população;

VIII – Utilizar meios de comunicação modernos e acessíveis, como redes sociais, site oficial, rádio e TV, para ampliar o alcance das informações legislativas;

IX – Contribuir para a educação política da população, esclarecendo conceitos básicos sobre o funcionamento dos poderes públicos e a importância do voto consciente;

X – Registrar e divulgar a memória institucional, preservando a história das ações legislativas, dos mandatos e da evolução política do município.

## **5.0 - Público Alvo**

População de Brasilândia em geral.

## **6.0 - Execução**

Esta campanha tem como objetivo conscientizar os cidadãos de Brasilândia-MS sobre a importância do Poder Legislativo e o verdadeiro papel do vereador na representação e defesa dos interesses da comunidade.

## **7.0 – Atribuições das Licitantes**

I – Divulgar as ações de fiscalização do Poder Legislativo sobre o Executivo, com destaque para o Portal da Transparência, ferramenta pela qual o cidadão pode acompanhar a publicação dos Relatórios de Gestão Fiscal e de Execução Orçamentária da Câmara Municipal de Brasilândia-MS;

II – Informar sobre as Audiências Públicas realizadas pela Casa de Leis e seus respectivos resultados, promovendo a participação popular e o controle social;

III – Cumprir o que determina a Constituição Federal (art. 37, caput e §1º), assegurando a publicidade institucional dos atos, sem promover qualquer autoridade individualmente;

IV – Divulgar os projetos de lei, leis aprovadas e demais matérias legislativas deliberadas pelos vereadores, de forma clara e acessível;

V – Estimular o cidadão ao conhecimento e compreensão do papel da Câmara Municipal, seus limites e potencialidades, percebendo-a como espaço legítimo de representação do povo;

VI – Levar ao conhecimento público informações sobre os atos, serviços e atividades da Câmara Municipal, com caráter informativo, institucional e transparente, em conformidade com o princípio da publicidade dos atos administrativos.

## **8.0 – Abrangência**

A campanha deverá ter abrangência local, sendo veiculada nos meios de comunicação disponíveis em Brasilândia-MS, incluindo rádio, mídia impressa, internet, redes sociais, carros de som, painéis digitais, eventos e demais canais que permitam uma ampla difusão das informações junto à comunidade.

O objetivo é massificar o alcance da mensagem, conscientizando a população sobre a importância do Poder Legislativo Municipal e o papel fundamental do vereador como representante legítimo da sociedade na fiscalização do Executivo, na elaboração de leis e na defesa dos interesses coletivos.

A campanha deverá atingir públicos de todas as idades e regiões do município, promovendo a aproximação da Câmara Municipal com os cidadãos e incentivando o engajamento popular nas atividades legislativas, como audiências públicas e sessões plenárias. Para isso, os conteúdos deverão ser elaborados com linguagem acessível, visual atrativo e foco educativo, informativo e institucional.

## **8 - Informações complementares**

Outros dados e informações podem ser obtidos através do site

<https://www.cmbras.ms.gov.br/>

#### **9.0 - Investimentos disponível**

A disponibilidade de recursos estabelecida no Orçamento da Câmara de Vereadores é de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) para a referida campanha.

#### **10. – Período de veiculação:**

30 (trinta) dias



A autenticidade deste documento pode ser conferida em  
<https://cmbras.processo.digital/autenticidade>, informando o código  
do documento **00030806** e chave de segurança **52A FC6 8CE**.



Documento autenticado via usuário e senha, por ROSANGELA VIEIRA DOS SANTOS,  
Assessor Legislativo, em 21/10/2025, às 11:27, conforme Art. 5º da Resolução nº 13/2023,  
horário oficial do Estado do Mato Grosso do Sul