



CONCORRÊNCIA N. 001/2025

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

SUMÁRIO

Edital

1. Disposições Iniciais	04
2. Objeto	04
3. Valor Contratual e Recursos Orçamentários	06
4. Condições de Participação	07
5. Retirada do Edital	10
6. Esclarecimentos sobre o Edital	10
7. Impugnação do Edital	10
8. Credenciamento de Representantes	11
9. Recebimento das Propostas e dos Documentos de Habilitação	12
10. Entrega da Proposta Técnica	13
11. Apresentação da Proposta Técnica	15
12. Julgamento das Propostas Técnicas	20
13. Entrega da Proposta de Preços	25
14. Apresentação da Proposta de Preços	26
15. Julgamento das Propostas de Preços	27
16. Julgamento Final das Propostas Técnicas e de Preços	29
17. Entrega dos Documentos de Habilitação	32
18. Apresentação dos Documentos de Habilitação	32
19. Análise dos Documentos de Habilitação	40
20. Comissão de Contratação e Subcomissão Técnica	41
21. Divulgação dos Atos Licitatórios	46
22. Recursos Administrativos	46
23. Procedimentos Licitatórios	48
24. Homologação e Adjudicação	54
25. Condições Pré-Contratuais	54
26. Remuneração e Pagamento	55
27. Fiscalização	55
28. Sanções Administrativas	55
29. Disposições Finais	58
30. Glossário	60

Anexos

Anexo I - Briefing por lote

Anexo II - Modelo de Procuração

Anexo III - Modelo de Proposta de Preços

Anexo IV - Minuta de Contrato

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001 /2025

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O Estado de Mato Grosso do Sul, doravante denominado ANUNCIANTE, por intermédio da Secretaria de Estado de Administração de Mato Grosso do Sul, neste ato representado pela Comissão de Contratação designada pela RESOLUÇÃO “P” SAD Nº 2.421, DE 20 DE DEZEMBRO DE 2025, publicada no Diário Oficial do Estado de Mato Grosso do Sul n. 12.032, de 22 de dezembro de 2025, torna público aos interessados que realizará **Concorrência**, do tipo **Técnica e Preço**, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei n. 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis n. 4.680/1965 e n. 14.133/2021.

1.3. Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto Federal n. 57.690/1966, o Decreto Federal n. 4.563/2002 e as disposições deste Edital.

2. OBJETO

2.1. O objeto da presente concorrência é a Contratação de Serviços de Publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

2.1.1. 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;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato; e
- 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.

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que

visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O planejamento, previstos no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.2. Para a prestação dos serviços de publicidade serão contratadas agências de propaganda, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas, distribuídas em 04 (quatro) lotes conforme tabela abaixo, facultando-se ao licitante a participação em quantos lotes forem de seu interesse.

LOTE	ESPECIFICAÇÃO	QUANTIDADES DE AGÊNCIAS POR LOTE
01	Contratação de Serviços de Publicidade para atender a Universidade de Mato Grosso do Sul - UEMS	2
02	Contratação de Serviços de Publicidade para atender o Departamento de Transito de Mato Grosso do Sul – DETRAN/MS	2

03	Contratação de Serviços de Publicidade para atender a Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul - FUNDTUR	2
04	Contratação de Serviços de Publicidade para atender a Secretaria de Estado de Governo e Gestão Estratégica de Mato Grosso do Sul - SEGOV	7

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

2.2.2. As agências atuarão por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital, sendo permitida somente a subcontratação das atividades complementares previstas no art. 2º, § 1º, da Lei 12.232/2010.

2.2.4. Para a execução dos serviços, o ANUNCIANTE realizará o procedimento de seleção interna entre as contratadas, conforme Resolução SEGOV, atendendo o disposto no art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor total estimado para a contratação decorrente deste Edital é de R\$ 100.000.000,00 (cem milhões de reais) para os primeiros 12 (doze) meses, distribuído em quatro lotes, conforme descrito abaixo:

LOTE	ESPECIFICAÇÃO	VALOR
01	Contratação de Serviços de Publicidade para atender a Universidade de Mato Grosso do Sul - UEMS	R\$ 10.000.000,00
02	Contratação de Serviços de Publicidade para atender o Departamento de Transito de Mato Grosso do Sul – DETRAN/MS	R\$ 10.000.000,00

03	Contratação de Serviços de Publicidade para atender a Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul - FUNDTUR	R\$ 10.000.000,00
04	Contratação de Serviços de Publicidade para atender a Secretaria de Estado de Governo e Gestão Estratégica de Mato Grosso do Sul - SEGOV	R\$ 70.000.000,00

3.2. Para o lote 01 - UEMS, as despesas decorrentes da contratação da presente licitação correrão à conta do Programa de Trabalho 10.29204.12.122.0032.6022.0001, natureza da despesa n. 33903988, item da despesa n. 3988, fonte n. 0150000001.

3.3. Para o lote 02 – DETRAN/MS, as despesas decorrentes da contratação da presente licitação correrão à conta do Programa de Trabalho 10.31201.06.122.0033.6088.0001, natureza da despesa n. 33903988, item da despesa n. 3988, fonte n. 0150000001.

3.4. Para o lote 03 - FUNDTUR, as despesas decorrentes da contratação da presente licitação correrão à conta do Programa de Trabalho 10.85202.23.695.2224.6245.0001, natureza da despesa n. 33903988, item da despesa n. 3988, fonte n. 0150000001.

3.5. Para o lote 04 - SEGOV, as despesas decorrentes da contratação da presente licitação correrão à conta do Programa de Trabalho 10.51101.04.122.2213.6054.0001, natureza da

3.6. A Contratante reserva-se o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da reserva orçamentária prevista.

3.7. No interesse do ANUNCIANTE, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei nº 14.133/2021.

3.8. Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.8.1. Na prorrogação, o ANUNCIANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

3.8.2. O ANUNCIANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

4.2. Não poderá participar desta licitação:

- a) pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;
- b) pessoa física ou jurídica que atue em substituição a outra, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que observados os procedimentos administrativos para a apuração de infrações e para a aplicação de sanções administrativas previstos no Decreto Estadual nº 16.189, de 17 de maio de 2023.
- c) 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;
- d) empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;
- e) 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;
- f) diretamente ou indiretamente, agente público de órgão ou entidade licitante ou contratante, bem como a empresa da qual seja sócio, dirigente ou responsável técnico, sendo que tal proibição também se aplica aos seus parentes em linha reta, colateral ou afim, até o terceiro grau;
- g) Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;
- h) Pessoa física que tenha sido proibida de contratar com o Poder Público em razão de condenação por ato de improbidade administrativa, nos termos do artigo 12 da Lei Federal nº 8.429/1992, ou pessoa jurídica que tenha como sócio majoritário aquele a quem foi dirigida mencionada penalidade, durante o prazo que apontar a decisão condenatória;
- i) Empresa cujo estatuto ou contrato social não seja pertinente e compatível com o objeto desta licitação;
- j) Os profissionais organizados sob a forma de cooperativa, desde que não tenham observado o disposto no subitem 4.7 deste Edital;

k) Não será permitida a participação de empresas em regime de consórcio.

4.3. 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 14.133/2021

4.4. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta por lote.

4.5. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital, e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.6. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o ANUNCIANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

4.7. DA PARTICIPAÇÃO DE PROFISSIONAIS ORGANIZADOS SOB A FORMA DE COOPERATIVA:

4.7.1. Os profissionais organizados sob a forma de cooperativa poderão participar de licitação quando:

I - a constituição e o funcionamento da cooperativa observarem as regras estabelecidas na legislação aplicável, em especial a Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971, a Lei nº 12.690, de 19 de julho de 2012, e a Lei Complementar nº 130, de 17 de abril de 2009;

II - a cooperativa apresentar demonstrativo de atuação em regime cooperado, com repartição de receitas e despesas entre os cooperados;

III - qualquer cooperado, com igual qualificação, for capaz de executar o objeto contratado, vedado à Administração indicar nominalmente pessoas;

IV - o objeto da licitação referir-se, em se tratando de cooperativas enquadradas na Lei nº 12.690, de 19 de julho de 2012, a serviços especializados constantes do objeto social da cooperativa, a serem executados de forma complementar à sua atuação.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1. Este Edital será fornecido pelo ANUNCIANTE de forma gratuita, podendo ser retirado por meio do sítio abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

5.1.1. www.centraldecompras.ms.gov.br

5.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial do Estado de Mato Grosso do Sul e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente em campo próprio no sistema.

6.1.2. As respostas ao pedido de esclarecimento serão fornecidas pela Comissão de Contratação, e 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, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1. 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).

6.1.3. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.4. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão de Contratação:

7.1.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, conforme previsto no art. 164. Parágrafo único da Lei nº 14.133/2021.

7.1.2. O LICITANTE não deve utilizar, em eventual impugnação, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

7.1.3. Aos LICITANTES interessados cabe acessar assiduamente o endereço <https://www.siga.ms.gov.br/licitacao-pub/#!/consulta-licitacoes> para tomarem conhecimento das impugnações referentes a este Edital.

7.2. A impugnação deverá ser realizada pela página da licitação do Sistema Gestor de Compras de MS (SIGA), na página específica da licitação: <https://www.siga.ms.gov.br/licitacao-pub/#!/consulta-licitacoes>, observados os prazos descritos no subitem 7.1.1.

7.3. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

7.4. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7.5. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 164. Parágrafo único da Lei nº 14.133/2021.

7.5.1. As impugnações respondidas pela Comissão de Contratação serão divulgadas exclusivamente na internet, <https://www.siga.ms.gov.br/licitacao-pub/#!/consulta-licitacoes> sem identificação do LICITANTE impugnante e de seu representante.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1. Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados, por lote, fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

8.1.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos

os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão de Contratação ateste sua autenticidade.

8.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.2. 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.

8.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4. 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 subitem 9.2.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. As Propostas Técnicas (invólucro nº 1 não identificado, nº 2 identificado e nº 3 Conjunto de informações), de Preços (invólucro nº 4) e os Documentos de Habilitação (invólucro nº 5) das licitantes deverão ser entregues à Comissão de Contratação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, por cada lote de interesse do licitante, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

- dia: 23 de fevereiro de 2026
- hora: às 08h (horário de MS)
- local: Instituto de Meio Ambiente de Mato Grosso do Sul – IMASUL - AUDITÓRIO, sito na Av. Des. Leão Neto do Carmo, s/n - Parque dos Poderes, Campo Grande - MS, 79037-100 (plus code maps - HC6R+2R Campo Grande, MS).

9.2.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

9.3. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Contratação.

9.4. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Mato Grosso do Sul.

9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, sendo entregues separadamente para cada lote em que a licitante pretenda participar.

Invólucro nº 1

10.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**, apresentado separadamente para cada lote em que a licitante pretenda participar, que tratam os subitens 11.3 e 11.4 deste Edital.

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação da Secretaria-Executiva de Licitações, a ser retirado, até um dia útil antes da entrega dos invólucros, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na Avenida Desembargador José Nunes da Cunha, Jardim Veraneio, Parque dos Poderes, Bloco 01 – SAD/MS, Pavimento Superior, CEP: 79031-902 nesta Capital, de segunda a sexta-feira, das 7h às 11h das 13h às 17h.

10.1.1.1.1. O invólucro "Via Não Identificada" será padronizado por lote. Assim, a licitante deverá solicitar e retirar o(s) invólucro(s) correspondente(s) ao(s) lote(s) de seu interesse.

10.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar fechado com cola branca e sem rubrica, para preservar o sigilo, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

10.1.1.2.1. Caso o Invólucro nº 1, antes da entrega, tenha sofrido algum sinistro de natureza não proposital, o mesmo poderá ser substituído, devendo ser entregue o invólucro danificado no mesmo local que retirou nas condições do subitem 10.1.1.1, para poder ter acesso a um novo.

Invólucro nº 2

10.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, separado por lote (s) que a licitante pretende participar, de que trata o subitem 11.4.1 deste Edital

10.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2025 – Governo do Estado de Mato Grosso do Sul

LOTE XX

10.1.2.2. 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.

Invólucro nº 3

10.1.3. No Invólucro nº 3 deverá estar acondicionado a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que trata o subitem 11.7. e seus subitens deste Edital.

10.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2025 – Governo do Estado de Mato Grosso do Sul

LOTE XX

10.1.3.2. 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.

10.1.3.3. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A Proposta Técnica, apresentada no Invólucro nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, deverá conter um plano de comunicação específico apresentado separadamente para cada lote em que a licitante pretenda participar, elaborado de forma separada, observando o tema e demais informações constantes no Briefing correspondente ao lote pretendido. (Anexo I)

11.2. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica de forma estruturada e separada para cada LOTE em que pretenda participar, conforme os quesitos e subquesitos indicados a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Conjunto de Informações	I. Capacidade de Atendimento

	II. Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
--	--

11.2.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

11.3. Quesito 1 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada - consistirá de impressos em papel sulfite tamanho A4 (210 x 297mm), sob a forma de layout, roteiro, storyboard, tabelas e textos de tipologia Arial, tamanho 12, sem condensação e entrelinhamento simples, e será composta de quatro quesitos:

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

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

III - Ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária, sendo uma peça em 01 (uma) página para cada um dos seguintes meios, totalizando 06 (seis) páginas:

- a) Jornal ou Revista: layout;
- b) Outdoor: layout;
- c) TV: storyboard;
- d) Rádio: roteiro de Spot ou roteiro de Jingle
- e) Banner para internet;
- f) Post para redes sociais.

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

V - Na simulação de que trata o item 11.3. IV:

- a) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos.
- a.1) a tabela de que trata este item deverá ser a vigente na data da apresentação da proposta;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

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

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária previsto no item 11.3. será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria em invólucro padronizado fornecido por lote previamente pela Comissão de Contratação, e outra com a identificação por lote.

11.4.1. A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

11.4.2. A licitante participante, deverá inserir no **Invólucro 1**, via não identificada o Plano de Comunicação Publicitária para o lote que vier a participar, na forma indicada no subitem 11.5. deste Edital.

11.5. 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 01; ela deverá ser apresentada da seguinte forma, não podendo ultrapassar as 14 (catorze) páginas previstas no Edital referentes aos seus itens 11.3. I, II, III e IV:

- a) em papel A4, 90 g, branco;
- b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda, pelo editor de texto;
- c) sem recuos nos parágrafos, título e linhas subsequentes;
- d) sem utilização de “caps lock” ou caixa alta no texto ou título;
- e) com textos justificados;
- f) com espaçamento “simples” entre linhas;
- g) com texto em fonte “Arial”, tamanho 12 pontos;
- h) com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito;
- i) sem grampo;
- j) sem identificação da licitante;
- k) sem utilização de cores de impressão, exceto para as peças da Ideia Criativa.

11.6. Será desclassificado a licitante que descumprir o disposto no subitem 11.5.

11.7. Quesito 2 – Conjunto de Informações consistirá nos subquesitos: Capacidade de Atendimento (11.7.2), Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (11.7.3)

11.7.1. O invólucro de nº 03 deverá conter a Proposta Técnica - Conjunto de Informações, apresentada separadamente para cada lote em que a licitante pretenda participar, em uma única via, que deverá ser datada e assinada pelo representante da Licitante com a indicação no encerramento da quantidade de páginas que a compõem; consistirá de um caderno impresso em papel sulfite tamanho A4 (210 x 297mm), composto de textos - utilizar tipografia Arial, tamanho 12. Deverá conter informações destinadas a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes e compor-se-á de 02 (dois) subquesitos;

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

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

- a) Currículos com a quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da agência licitante (no mínimo: atendimento, arte, redação, mídia, planejamento e produção);
- b) Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico de que dispõe a licitante para atender a presente licitação;
- c) Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração de plano de mídia;
- d) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante nos últimos 03 (três) anos, com a especificação do período de atendimento de cada um deles.
- e) Não serão aceitos, anexos especiais tais como portfólios impressos ou eletrônicos descrevendo atividades além das formas solicitadas.

II. A Comissão de Contratação poderá visitar, a qualquer momento, a empresa licitante para confirmação de suas informações.

11.7.3. Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (em textos e/ou fotos, layouts e mídias Pen Drive/ HD externo).

I. Apresentação de 3 (três) campanhas (cases), produzidas e veiculadas pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas (contendo indicação do nome do cliente, título, ficha técnica e a indicação de pelo menos 02 - dois - veículos que a divulgaram: devendo ser entre Jornal, Revista, Outdoor, TV, Rádio, Portal de Notícias e Post para redes sociais),

nas quais se incluirão apresentações do problema, solução e resultados em forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas para cada campanha, devendo ser de clientes distintos;

II. A licitante deverá apresentar necessariamente, anexo, 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 11.7.3., I);

a) As peças devem ser colocadas após as 02 (duas) páginas do texto descritivo do case; não serão aceitos textos explicativos acompanhando as peças em questão, a não ser as palavras indicando do que se tratam (ex: Jornal, Revista, Outdoor, TV, Rádio, Internet, Mídia Impressa etc).

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

III. Além dos cases, a licitante deverá apresentar 6 (seis) peças isoladas produzidas para clientes diferentes (podendo optar por peças de: Jornal, Revista, Outdoor, TV, Rádio, Internet ou Post para redes sociais), devendo ser apresentada uma ficha técnica sucinta, com um texto de no máximo 10 (dez) linhas do problema que cada peça se propôs a resolver e menção de pelo menos um veículo/ espaço que a divulgou/ exibiu/ expôs (não sendo permitido material de distribuição interna. A divulgação/exibição/exposição deverá sempre ser através de mídia de massa).

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

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

VI. A Comissão de Contratação poderá solicitar, a qualquer momento, aos clientes citados nos cases ou nas peças apresentadas no repertório, confirmação desses trabalhos.

VII. As campanhas não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Governo do Estado de Mato Grosso do Sul.

11.7.4. Os profissionais indicados na alínea “a”, inciso “I” subitem 11.7.2. Capacidade de Atendimento deverão estar à disposição para prestação de serviço, caso a licitante seja classificada.

11.7.5. A critério do Contratante, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do Contrato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 20 analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital, realizando a avaliação por lote.

12.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

12.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 70 pontos)

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
1 – Raciocínio Básico	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende; 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação; b) pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
2 – Estratégia de Comunicação Publicitária	Nota de 0 a 25, sendo: 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco; 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I <i>briefing</i> para cada lote que deseja participar; b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.

3 – Ideia Criativa	Nota de 0 a 25, sendo: 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.
4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.

12.2.2. Quesito 2 – Conjunto de Informações

12.2.2.1. Subquesto 1: Capacidade de atendimento (máximo de 15 pontos)

SUBQUESTO	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
1 – Principais Clientes	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 - atende; 3 - atende com excelência	a) Porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) Conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade.

2 – Qualificação técnica da equipe de profissionais.	Nota de 0 a 5 pontos	Conforme item 12.2.2.1.1. do Edital
3 – Estrutura Física – instalações, infraestrutura e recursos materiais	Nota de 0 a 3, sendo: 0 - não atende; 1 a 2 - atende; 3 - atende com excelência.	Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.
4 - Sistemática do relacionamento entre o Contratante e a CONTRATADA	Nota de 0 a 4, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3 a 4 – atende com excelência.	Adequação da sistemática/ operacionalidade proposta pelo licitante, em sua solução (viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais formas que comprovem a capacidade de atendimento da empresa).

12.2.2.1.1. A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no subitem 11.7.2., Inciso “I” alínea “a”) será avaliada com base na formação acadêmica e experiência desses profissionais exclusivamente e, áreas afetas ao objeto da presente licitação, sendo que a comprovação deverá ser feita pelo licitante, por meio do *curriculum vitae* resumido de cada profissional, devidamente acompanhado dos documentos comprobatórios das qualificações (formação acadêmica e experiência profissional) neles consignadas, por meio de certificados, declarações de tomadores de serviço, carteira de trabalho, contratos de prestação de serviço ou qualquer outro documento hábil, os quais devem ser apresentados no original ou por meio de cópia autenticada ou em cópia simples que, à vista do original ou de declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal, será autenticada por membro da Comissão de contratação na própria sessão pública.

12.2.2.1.1.1. A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no subitem 11.7.2., inciso “I” alínea “a”) será avaliada e receberá pontos de, no máximo, 5 (cinco), segundo as tabelas abaixo:

Formação Acadêmica	Sem Formação	Superior Incompleto	Superior Completo	Pós-graduação
Pontos	0	1	2	3

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

12.2.2.2. Subquesto 2 – Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e (máximo de 15 pontos)

SUBQUESTO	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
1 – Repertório	Nota de 0 a 5, sendo: 0 – não atende 1 a 2 – atende pouco; 3 a 4 – atende 5 – atende com excelência.	a) Consistência das relações de causa e efeito entre o desafio ou problema a ser resolvido e a solução proposta; b) Evidência de planejamento da solução, bem como qualidade na execução das soluções; Relevância dos resultados obtidos, com criatividade e clareza.
2 – Relato de Solução de Problemas de Comunicação	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	a) Capacidade de síntese; b) Clareza e objetividade; c) Concatenação lógica entre desafio e solução criativa; c) Eficácia de soluções e resultados apontados.

12.3. Pontuação da Proposta Técnica.

12.3.1. São quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Conjunto de Informações e subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia, Capacidade de Atendimento e Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.3.2. Aos quesitos ou subquestos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		70 pontos
SUBQUESTOS	I. Raciocínio Básico	10 pontos
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos
	III. Ideia Criativa	25 pontos

	IV.Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos
2. Conjunto de Informações		30 Pontos
SUBQUESITOS	I. Capacidade de Atendimento	15 pontos
	II. Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	15 pontos
PONTUAÇÃO MÁXIMA		100 Pontos

12.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitem 11.7.3. para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

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

12.3.4. 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.

12.3.4.1. 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.

12.4. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;
- obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.4.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

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

12.5. A Pontuação Técnica de cada lote por Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos indicado no subitem 12.3.2., Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.5.1. A Pontuação Técnica da Licitante (PTL) será considerada na identificação do seu Índice Técnico (IT), no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, conforme disposto no subitem 16.2.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

13.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços, separado por lote (s) que a licitante pretende participar.

13.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2025 – Governo do Estado de Mato do Sul.

LOTE: xxxx

13.1.2. O Invólucro nº 4 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.

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III, para cada lote que esteja participando, 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.

14.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do, Art. 36 e 37 da Lei 14.133/2021 não serão aceitos:

a) percentual de desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, superior a 50% sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul, referentes a peça e ou material da Lei nº 4.680/1965;

b) percentual de honorários inferior a 5% (cinco por cento) e superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da licitante se limita exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/ veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

c) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento) incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes 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, exclusivamente quando a sua distribuição e impulsionamento não proporcionar o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 (art. 11).

14.2.1. A proposta que estiver em desacordo com o estabelecido, estará automaticamente desclassificada.

14.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de no mínimo 180 (cento e oitenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

14.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação realizará com ela diligência nos termos do § 2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1. 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.

14.4. Quando o valor do investimento em mídia for o dobro do valor da produção contratada, em sendo a mesma agência responsável, não haverá remuneração dos honorários de produção, em conformidade com as Normas Padrão do CENP, devendo a licitante declarar expressamente aceitabilidade da condição no presente certame.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

15.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

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

15.4. A classificação das propostas de preços será feita mediante a aplicação do critério de julgamento do menor preço, conforme previsto no § 1º, do artigo 36, da Lei nº 14.133/2021, em obediência ao inciso IX, do § 4º, do artigo 11, da Lei 12.232/10, considerando um máximo de 100 (cem) pontos.

15.5. Até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (um ponto para cada 1% - um por cento - de desconto entre 11% até 40% e mais dois pontos para cada 1% de desconto entre 41 a 50% de desconto, do valor da tabela).

15.6. Até 20 (vinte) pontos para os menores honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores quando a responsabilidade da licitante se limita exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965. (subitem 3.6.2 das Normas-Padrão).

15.7. Até 20 (vinte) pontos para os menores honorários incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes 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, exclusivamente quando a sua distribuição e impulsionamento não proporcionar o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 (art. 11).

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

15.8.1. 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 do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul.		
Percentual de desconto	Critério	Pontuação aferida
0 a 10 %	0,0 ponto	00
11 a 40 %	1% de desconto = 1 ponto	30
41 a 50%	1% de desconto = 2 pontos	30
Sub total		60
B) Honorários por serviços de terceiros – até 20 pontos (3.6.2. Normas Padrão).		
B.1. Remuneração entre 05% a 10% (honorários oferecidos quando a responsabilidade da licitante se limita exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965)		
Percentual de taxa cobrança	Critério	Pontuação aferida
10%	Zero ponto	
9%	03 Pontos	
8%	06 pontos	
7%	10 pontos	
6%	15 pontos	
5%	20 pontos	Até 20
Subtotal		20
C) Honorários de Serviços de Terceiros – até 20 pontos (novas tecnologias)		
C) percentual de honorários de até 5% incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes 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, exclusivamente quando a sua distribuição e impulsionamento não proporcionar o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 (art. 11).		
Percentual de taxa cobrança	Critério	Pontuação aferida
5%	Zero ponto	
4%	04 Pontos	
3%	08 pontos	

2%	12 pontos	
1%	16 pontos	
0%	20 pontos	Até 20
Subtotal		20
Total de Pontos		100

15.9. A Nota da Proposta de Preços (total da pontuação auferida), denominado IT Índice de Preço, que servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 16 deste Edital.

15.10. Serão desclassificadas as propostas que:

- I) Não atenderem as disposições contidas neste edital;
- II) Ou apresentarem valores superiores aos praticados no mercado e que contenham qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- III) Que tenha percentual de desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, superior a 50% sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul, referentes a peça e ou material da Lei nº 4.680/1965;
- IV) Que tenha percentual de honorários inferior a 5% (cinco por cento) ou superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção, nos termos da Lei nº 4.680, de 1965;
- V) percentual de honorários superior a 5%(cinco por cento) incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes 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, exclusivamente quando a sua distribuição e impulsionamento não proporcionar o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 (art. 11).

15.11. O subitem 3.6.1 da Alínea “B” Normas padrão, terá remuneração dos honorários de produção em de 15% (quinze por cento) em conformidade com as Normas-Padrão do CENP.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1. No julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, que será realizado por lote, a Comissão de Contratação observará o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, Art. 36, § 2º para a licitação do tipo Técnica e Preço, e adotará os seguintes procedimentos:

- I - Identificação do Índice Técnico (IT) de cada licitante, que terá peso igual a 7 (sete);
- II - Identificação do Índice de Preços (IP) de cada licitante, que terá peso igual a 3 (três); e

III - identificação da Pontuação Final (PF) de cada licitante, onde será realizado a média ponderada, contida no inciso I e II do subitem 16.1. deste Edital

16.2. O Índice Técnico (IT) de cada licitante será obtido pela aplicação da avaliação da proposta técnica, utilizando o critério estabelecido no Edital, onde cada licitante terá o IT, utilizando-se duas casas decimais, onde:

IT = Índice Técnico.

PTL = Pontuação Técnica da Licitante, nos termos do subitem 12.5.

IT = PTL x 7 (sete)

16.3. O Índice de Preços (IP) de cada licitante será obtido pela aplicação da fórmula **IP = $\sum$ PPP**, utilizando-se duas casas decimais, onde:

IP = Índice de Preços.

PPP = Pontuações Parciais de Preço, a serem identificadas nos termos do subitem 15.4.

IP= PPP x 3(três)

16.4. A Pontuação Final (PF) das propostas das licitantes será feita mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{PF} = \frac{(\text{PTL} \times 7(\text{sete}) + \text{PPP} \times 3(\text{três}))}{10 (\text{dez})}, \text{ onde:}$$

PF = Pontual final que é igual a NF = Nota Final, em ordem decrescente.

16.5. Ocorrendo empate na Pontuação Final (PF) entre duas ou mais propostas, serão utilizados os critérios de desempate previstos no art. 60 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, aplicando-se a seguinte ordem de preferência:

I - Disputa Final: As licitantes empatadas serão convocadas para uma disputa final, em que poderão apresentar, em sessão pública, em invólucros lacrados, novas propostas de preço (novos percentuais de descontos e honorários), com o objetivo de melhorar a Pontuação Parcial de Preço (PPP) originalmente apresentada.

a) As novas propostas deverão seguir o modelo do Anexo III e só serão consideradas válidas se ofertarem condições de preço (descontos ou honorários) iguais ou melhores que as propostas originais.

b) A Comissão de Contratação procederá à abertura imediata dos invólucros e recalculará

a Pontuação Final (PF) de cada licitante empatado, mantendo-se inalterada a Pontuação Técnica da Licitante (PTL) obtida no julgamento do Item 12.

c) Será declarado vencedor o licitante que, após esta disputa, obtiver a maior Pontuação Final (PF) recalculada.

II - Avaliação do Desempenho Contratual Prévio: Caso a disputa final não resulte em desempate (seja pela recusa dos licitantes em apresentar novas propostas ou pela persistência de empate nas novas Pontuações Finais), a preferência será dada à licitante que apresentar o desempenho contratual prévio mais favorável. Para os fins de utilização do critério de desempate previsto no inciso II do art. 60 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, deverá ser utilizado o sistema de registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), desde que haja sistema de avaliação objetiva do desempenho contratual prévio dos licitantes instituído na forma dos §§ 3º e 4º do art. 88 da mesma Lei. (art. 40 do Decreto Estadual nº 16.118/2023)

III - Desenvolvimento de Ações de Equidade entre Homens e Mulheres: Se o empate ainda persistir, a preferência será concedida à licitante que comprovar o desenvolvimento de ações de equidade de gênero em seu ambiente de trabalho, conforme o art. 41 do Decreto Estadual nº 16.118/2023.

a) A licitante empatada será convocada a apresentar, em prazo a ser definido, os documentos comprobatórios das ações de equidade.

b) Considerar-se-á vencedor o licitante que apresentar o maior número de ações de equidade em desenvolvimento no momento da apresentação da proposta.

IV - Desenvolvimento de Programa de Integridade (Compliance): Mantido o empate, a preferência será da licitante que comprovar a existência e a implementação de um programa de integridade em acordo com as orientações da Controladoria-Geral do Estado (CGE), conforme a Lei Estadual n. 6.134/2023 e Decretoº 16.490/2024.

16.5.1. Esgotados os critérios dos incisos I a IV do item anterior sem que haja desempate, será assegurada preferência, sucessivamente, aos serviços prestados por:

a) Empresas estabelecidas no território do Estado de Mato Grosso do Sul;

b) Empresas brasileiras;

c) Empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no País;

d) Empresas que comprovem a prática de mitigação, nos termos da Lei nº 12.187, de 2009.

16.5.2. Se, ainda assim, o empate persistir, a classificação final será definida por sorteio, a ser realizado em sessão pública com a presença das licitantes interessadas.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação, de forma separada para cada lote em que a licitante tenha sido classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, horário e local indicados na convocação da sessão destinada a essa finalidade.

17.1.2. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será inabilitada, ressalvada a possibilidade de saneamento prevista no subitem 19.1.4 deste Edital

Invólucro nº 5

17.1.3. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, de forma separada para cada lote em que a licitante tenha sido classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2025 – Governo do Estado de Mato Grosso do Sul

LOTE: XX

17.1.4. 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.

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

I - em via original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

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

IV - 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.

18.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

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

18.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista dos subitens a seguir:

18.2.1. Para fins de **HABILITAÇÃO JURÍDICA**, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

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

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

III – Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal (SLU) ou 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;

IV – 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 a Instrução Normativa DREI/ME nº 77, de 18 de março de 2020;

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

VI – 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 opere, com averbação no Registro onde se encontra sediada a matriz;

VII – Sociedade cooperativa: ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivados na Junta Comercial ou inscritos no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971;

18.2.2. Para fins de **HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA**, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

I – Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), conforme o caso;

II – Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativo à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

III – Prova de regularidade fiscal, nos seguintes termos:

a) certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), que comprove a regularidade fiscal do licitante referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União por elas administrados;

b) independentemente da sede ou domicílio do licitante, certidão emitida pela Secretaria de Estado de Fazenda (SEFAZ/MS) ou pela Procuradoria-Geral do Estado de Mato Grosso do Sul (PGE/MS), que comprove a regularidade do licitante referente a todos os créditos tributários estaduais e à Dívida Ativa do Estado por elas administrados;

c) certidão emitida pela Fazenda Municipal da sede ou domicílio do licitante que comprove a regularidade de débitos tributários referentes ao Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISSQN;

IV – Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

V - Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT).

18.2.3. Os critérios de **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** a serem atendidos pelo licitante serão os seguintes:

18.2.3.1. Para fins de habilitação técnica, a licitante deverá apresentar atestado(s) de capacidade técnica, emitido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprovem a execução anterior de serviços compatíveis com o objeto desta licitação.

a.1) O(s) atestado(s) deverá(ão) abranger as atividades essenciais e de maior relevância técnica, correspondentes, no mínimo, às seguintes parcelas do objeto:

I – planejamento, criação, produção e execução de campanhas publicitárias institucionais ou mercadológicas;

II – elaboração e gestão de planos de mídia e não mídia, com veiculação em diferentes canais de comunicação;

III – atendimento e coordenação de demandas de comunicação integrada, envolvendo múltiplas plataformas e públicos.

a.1.1) Para fins de comprovação da experiência mínima exigida, serão aceitos atestados que descrevam, de forma clara e detalhada, as atividades efetivamente executadas pela licitante,

compatíveis com pelo menos 20% (vinte por cento) do valor estimado do lote a que concorrer, considerando sua natureza, complexidade e abrangência.

a.1.1.1) Para atendimento do quantitativo exigido no subitem anterior, será permitido o somatório de atestados de capacidade técnica, sendo cabível quando é apresentado diferentes atestados do objeto licitado em período concomitante, comprovando que a empresa possui capacidade para atender a quantidade demandada

a.1.1.2.) Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.

a.1.1.3.) O fornecedor disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos.

18.2.3.2. 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.

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

18.2.3.2.2. o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação.

18.2.4. O fornecedor deverá encaminhar para fins de **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** os seguintes documentos:

18.2.4.1. Para pessoa jurídica, certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante.

18.2.4.1.1. No caso de empresa em recuperação judicial ou extrajudicial, o licitante deverá apresentar a comprovação de que o respectivo plano de recuperação foi acolhido judicialmente, na forma do art. 58, da Lei n.º 11.101, de 09 de fevereiro de 2005, sob pena de inabilitação, devendo, ainda, comprovar todos os demais requisitos de habilitação.

18.2.4.2. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.

18.2.4.2.1. O balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, §6º).

18.2.4.2.2. 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).

18.2.4.3. A comprovação da situação financeira da empresa será constatada mediante obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um) resultantes da aplicação das fórmulas:

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

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

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

18.2.4.3.1. As empresas que apresentarem resultado inferior ou igual a 1(um) do subitem 18.2.4.3. em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), deverão comprovar, considerados os riscos para a Administração, o capital mínimo OU o patrimônio líquido mínimo de 02% (dois por cento) do valor estimado do lote pertinente, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta de preços.

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

18.2.5. Declarações para cada lote que a licitante pretenda participar:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

À

Comissão de Contratação

Referente Concorrência nº 001/2025

<nome da licitante _____>, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____/_____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

<local e data>

<representante legal da licitante >

b) Declaração de Elaboração Independente de Proposta:

À

Comissão Especial ou Permanente de Licitação

Referente Concorrência nº 001 / 2025

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante _____>, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 18.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <_____ nome da licitante _____>, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

- b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do ANUNCIANTE, antes da abertura oficial das propostas; e
- f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

<representante legal da licitante >

- c) Declaração que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoas com deficiência e para reabilitado da Previdência social, prevista em lei e em outras normas específicas, conforme exige o art. 63, IV, da Lei 14.133/2021.

Á

Comissão de Contratação

Referente Concorrência nº 001/2025

<nome da licitante _____>, inscrita no CNPJ sob o nº _____,
por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da
Carteira de Identidade nº _____/_____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____,
DECLARA, para fins do disposto o que exige o art. 63,
IV, da Lei nº 14.133/2021, que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoas

com deficiência e para reabilitado da Previdência social, prevista em lei e em outras normas específicas.

<local e data>

<representante legal da licitante >

18.3. Todos 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, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

18.4. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 87 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão da Administração Pública Estadual, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 18.2.1 e nos incisos 'I' e 'II' do subitem 18.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao ANUNCIANTE a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

18.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Certificado de Registro Cadastral – CERCA, apenas deverá apresentar:

- a) declaração(ões), expedidas 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 desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas 'a', 'b', 'b1' e 'b2' do subitem 18.2.3;
- c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 2% (dois por cento) do valor estimado da contratação ou do lote pertinente, se qualquer dos índices de Liquidez Geral-(LG), Solvência Geral-(SG) e Liquidez Corrente-(LC) – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem 18.1.1 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 01 (um);
- d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 18.2.5.

18.5.1. Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 18.5 não estiverem disponíveis no CERCA, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 18.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 18.2.4.1.

18.5.2. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do CERCA.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1. A Comissão de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

19.1.1. Para a análise da habilitação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União - TCU.

19.1.2. A consulta aos cadastros referidos no subitem 19.1.1. será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força do artigo 12 da Lei Federal n. 8.429, de 2 de junho de 1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

19.1.3. Em complemento à análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação, conforme previsto no subitem 18.5, serão realizadas consultas *on-line* no CERCA, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

19.1.3.1. Será impressa a Declaração referente à situação de cada licitante, que será assinada pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.1.3.2. Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada por meio do CERCA e comprovar, mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, que entregou a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão de Contratação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato à Secretaria de Estado de Administração por intermédio da Secretaria-Executiva de Licitações, gestor do CERCA.

19.1.3.2.1. O Recibo de Solicitação de Serviço apresentado deverá estar com os campos relativos à documentação complementar exigida para habilitação parcial ou à atualização de documentos de habilitação parcial preenchidos, conforme o caso.

19.1.4. Antes de declarar a inabilitação da licitante, a Comissão de Contratação deverá utilizar os mecanismos dos arts. 52 e 53 do Decreto Estadual nº 16.118/2023, podendo:

I - Realizar a verificação nos sítios eletrônicos oficiais de órgãos e de entidades emissores de certidões, constituindo este meio legal de prova para fins de habilitação;

II - Conceder prazo para o saneamento de vícios, por meio de diligência, permitindo:

a) a complementação de informações acerca de documentos já apresentados e desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame;

b) a atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas;

c) o saneamento do desatendimento de exigências meramente formais que não comprometam a aferição da qualificação;

d) a juntada extemporânea de documento não entregue, porém preexistente e passível de comprovar o atendimento de condição pelo licitante, mas que, por equívoco ou falha, não foi apresentado em momento oportuno.

19.1.5. A diligência para saneamento de que trata o subitem anterior será realizada preferencialmente durante a própria sessão, ou, se necessário, mediante a suspensão da Quarta Sessão.

20. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação, na forma da Lei 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

20.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o ANUNCIANTE.

20.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 06 (seis) integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e 03 (três) sem vínculo com o ANUNCIANTE, por ele previamente cadastrados.

20.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

20.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 20.3, a Comissão de Contratação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 20.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 20.3 será publicada no Diário Oficial do Estado de Mato Grosso do Sul, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.3.3. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o ANUNCIANTE, nos termos dos subitens 20.2.1, 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

20.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 20.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

20.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

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

20.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

20.3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

20.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 20.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.4. A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das 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. 6º, inciso L, da Lei 14.133/2021.

20.4.1. Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão de Contratação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº/..... realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão de Contratação;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão de Contratação que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão de Contratação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão de Contratação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e
VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: ____ de ____ de ____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão de Contratação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por no mínimo 03 integrantes formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária– Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão Especial de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da

publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

2. Eu, , Matrícula nº , vinculada ao , integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a) , para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010, e Lei nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação;

e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

Data: _____ de _____ de _____.

Assinatura

20.4.1.1. 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 nº 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado de Mato Grosso do Sul é obrigatória:

- a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Regras Gerais e Manifestação da Intenção de Recorrer

22.1.1. O rito recursal observará o disposto no art. 165 da Lei Federal nº 14.133/2021 e no art. 60 do Decreto Estadual nº 16.118/2023.

22.1.2. Qualquer licitante poderá manifestar, imediatamente, a intenção de recorrer, sob pena de preclusão do direito de discutir a matéria (art. 165, § 1º, I, da Lei nº 14.133/2021 e art. 60, II, do Decreto nº 16.118/2023) após os seguintes momentos:

- a)** Após a divulgação do resultado do julgamento da Proposta Técnica - Segunda Sessão (art. 11, VIII, da Lei nº 12.232/2010);
- b)** Após o anúncio do julgamento final das propostas - Terceira Sessão (art. 11, X, da Lei nº 12.232/2010);
- c)** Após a decisão sobre a habilitação ou inabilitação - Quarta Sessão (art. 11, XIII, da Lei nº 12.232/2010).

22.1.3. A manifestação da intenção de recorrer deverá ser feita de forma verbal e registrada em ata na sessão pública correspondente, conforme art. 60, II, do Decreto nº 16.118/2023.

22.1.4. A manifestação da intenção de recorrer é requisito indispensável para a posterior apresentação das razões recursais (art. 165, § 1º, I, da Lei nº 14.133/2021).

22.2. Apresentação das Razões e Contrarrazões

22.2.1. Será concedido um prazo único de 3 (três) dias úteis para a apresentação das razões de todos os recursos cujas intenções foram manifestadas. Este prazo será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação - Quarta Sessão (art. 165, § 1º, I, da Lei nº 14.133/2021 e art. 60, § 1º, do Decreto nº 16.118/2023).

22.2.2. As razões do recurso deverão ser dirigidas à Comissão de Contratação exclusivamente na seguinte forma: no e-mail licitacao@sad.ms.gov.br e ou no sistema eletrônico de licitações através de acesso próprio do licitante.

22.2.3. Interposto o recurso, os demais licitantes serão intimados para, querendo, apresentar contrarrazões no mesmo prazo de 3 (três) dias úteis, no mesmo local indicado no subitem 22.2.2 (art. 165, § 4º, da Lei nº 14.133/2021 e art. 60, § 2º, do Decreto nº 16.118/2023).

22.3. Efeito Suspensivo e Vista dos Autos

22.3.1. Os recursos interpostos contra as decisões de julgamento da Proposta Técnica, julgamento final das propostas e habilitação/inabilitação terão efeito suspensivo, nos termos do art. 168 da Lei nº 14.133/2021.

22.3.2. Será franqueada aos interessados vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão de Contratação, desde a data do início do prazo para apresentação das razões recursais até o seu término, para subsidiar a elaboração das razões e contrarrazões (art. 165, § 5º, da Lei nº 14.133/2021).

22.4. Julgamento do Recurso

22.4.1. Recebido o recurso e as eventuais contrarrazões, a Comissão de Contratação poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, encaminhá-lo devidamente instruído à autoridade superior, o Secretário-Executivo de Licitações da Secretaria de Estado de Administração, que proferirá sua decisão em até 10 (dez) dias úteis (art. 165, § 4º, da Lei nº 14.133/2021 e art. 60, § 3º, do Decreto nº 16.118/2023).

22.4.2. A Comissão de Contratação e a autoridade superior poderão solicitar auxílio do órgão de assessoramento jurídico ou do órgão técnico competente (incluindo a Subcomissão Técnica, no que couber), que deverá dirimir dúvidas e subsidiá-los com as informações necessárias.

22.4.3. No caso da utilização do auxílio a que se refere o subitem anterior, os prazos previstos para o julgamento dos recursos ficarão suspensos até que os órgãos respondam

a solicitação feita, nos termos do art. 60, §§ 4º e 5º, do Decreto nº 16.118/2023.

22.4.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal, subscrito por representante não habilitado, que não tenha manifestado a intenção de recorrer no momento oportuno, ou não identificado no processo.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

23.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

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

23.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

23.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão de Contratação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1.

23.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

23.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

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

Primeira Sessão

23.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 e terá a seguinte pauta inicial:

- a) Identificar, por lote, os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) Receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes aptas à participação, apresentados separadamente para cada lote de interesse.
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.
- d) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

23.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, apresentado separadamente para cada lote em que a licitante pretenda participar, só será recebido pela Comissão de Contratação se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2, correspondente ao lote de sua participação.

23.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 23.2.1, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

23.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, por lote, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3, também organizados por lote;
- b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1 por lote;
- c) abrir os Invólucros nº 3, por lote, e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, por lote;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

23.2.2.1. A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.2.2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, deverão ser misturados de acordo com o por lote correspondente, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerando-se a ordem sequencial de sua entrega à Comissão de Contratação.

23.2.2.2. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, por lote, a Comissão de Contratação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até a conclusão definitiva da fase recursal única.

23.2.3. A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 23.2.2 acima.

23.2.4. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, por lote, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Contratação.

23.2.5. Serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

- a)** encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) de cada lote, acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;
- b)** análise individualizada e julgamento, por lote, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c)** elaboração, pela Subcomissão Técnica, por lote, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 1;
- d)** somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão

Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), por lote, das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, por lote, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, por lote, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.5.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.4, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, por lote, até a conclusão definitiva da fase recursal única.

23.2.5.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 12.4 em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.6. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 23.2.5 conterão, por lote, respectivamente: a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada; e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão

23.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, por lote, na forma do item 21, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar, por lote, os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir, por lote os Invólucros nº 2;

- c) Cotejar, por lote, os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, para identificação de autoria;
- d) elaborar, por lote, planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) identificar, por lote, a Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL), conforme disposto no subitem 12.5, e informar que elas serão divulgadas na forma do item 21, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se, imediatamente após a proclamação do resultado, prazo para a manifestação verbal da intenção de recorrer contra o julgamento da proposta técnica, a ser registrada em ata, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.3.1. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão de Contratação.

Terceira Sessão

23.4. Encerrada a Segunda Sessão e registradas as eventuais intenções de recurso, a Comissão de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, por lote, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar, por lote, os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Identificar, por lote, o Índice Técnico (IT) de cada licitante, conforme disposto no subitem 16.2 deste Edital;
- c) abrir os Invólucros nº 4, por lote, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) colocar à disposição, por lote, aos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- e) analisar, por lote, o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços;
- f) identificar, por lote, as Pontuações Parciais de Preço (PPP) de cada licitante, conforme disposto no subitem 15.4 deste Edital;

- g) identificar, por lote, o Índice de Preço (IP) de cada licitante, conforme disposto no subitem 16.3;
- h) identificar, por lote, a Pontuação Final (PF) de cada licitante, conforme disposto no subitem 16.4; e
- i) utilizar os critérios do subitem 16.5 se ocorrer empate na Pontuação Final (PF) entre duas ou mais propostas;
- j) informar, que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se, imediatamente após a proclamação do resultado, prazo para a manifestação verbal da intenção de recorrer contra o julgamento final das propostas, a ser registrada em ata, conforme disposto no item 22 deste Edital.

Quarta Sessão

23.5. Encerrada a Terceira Sessão e registradas as eventuais intenções de recurso, a Comissão de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar, por lote, os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir, por lote, os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar, por lote, a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) Colocar, por lote, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5 à disposição dos representantes das licitantes para exame;
- e) Proceder à análise preliminar e, caso sejam constatados vícios ou omissões sanáveis, suspender a sessão para a realização das diligências previstas no subitem 19.1.5 deste Edital, informando aos presentes a nova data e hora para a retomada dos trabalhos;
- f) Retomada a sessão (caso suspensão), ou caso não tenham sido constatados vícios sanáveis na análise inicial, dar conhecimento do resultado da habilitação, por lote, e informar que será divulgada na forma do item 21, com a indicação das licitantes habilitadas e inhabilitadas, abrindo-se, imediatamente após a proclamação do resultado, prazo para a manifestação verbal da intenção de recorrer contra a decisão de habilitação ou inhabilitação, a ser registrada em ata, conforme disposto no item 22 deste Edital.

g) Informar que a partir da lavratura da ata da sessão, inicia-se o prazo único de 03 (três) dias úteis para a apresentação das razões de todos os recursos cujas intenções foram manifestadas, nos termos do item 22 deste Edital

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1. Decididos os recursos pela autoridade superior, ou na hipótese de não haver interposição de recurso (seja pela não manifestação da intenção em nenhuma das fases, seja pela não apresentação das razões no prazo legal), será homologado o resultado desta concorrência por lote, e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 29.10 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1. A licitante vencedora de cada lote terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV.

25.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.

25.1.1.1. Se a licitante vencedora do lote não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação Final da Proposta do lote, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no § 5, do art. 90 da Lei nº 14.133/2021.

25.2. Antes da celebração do contrato, o ANUNCIANTE efetuará Consulta consolidada de pessoa jurídica do Tribunal de Contas da União (<https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/>).

25.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

25.4. O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato (Anexo IV).

25.5. A contratada centralizará o comando da publicidade do ANUNCIANTE em Campo Grande/MS, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 5.1.14 da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato (Anexo IV).

25.6. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenha servido de base para o julgamento desta concorrência e a proposta vencedora.

25.7. Os licitantes vencedores do Lote 04 deverão comprovar a implantação do programa de integridade, no prazo de 6(seis) meses, contados da celebração do contrato, conforme previsto no art. 4º da Lei Estadual n. 6.134/2023 e na forma estabelecida pelo Decreto Estadual n. 16.490/2024”.

26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

26.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Décima Primeira do Contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 15 deste Edital.

26.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

27. FISCALIZAÇÃO

27.1. O ANUNCIANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo IV).

28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1. O licitante será responsabilizado administrativamente pelas infrações descritas neste edital.

28.2. Comete infração administrativa o licitante que, com dolo ou culpa:

28.2.1. deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Comissão de Contratação durante o certame (art. 155, IV, da Lei Federal nº 14.133, 2021).

28.2.2. salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não manter a proposta (art. 155, V, da Lei Federal nº 14.133, 2021), em especial quando:

- a) não manter a proposta ofertada;
- b) pedir para ser desclassificado;
- c) apresentar proposta em desacordo com as especificações do edital;

28.2.3. não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta (art. 155, VI, da Lei Federal nº 14.133, 2021);

28.2.4. apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação (art. 155, VIII, da Lei Federal nº 14.133, 2021);

28.2.5. fraudar a licitação (art. 155, IX, da Lei Federal nº 14.133, 2021);

28.2.6. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza (art. 155, X, da Lei Federal nº 14.133, 2021), em especial quando:

- a) agir em conluio ou em desconformidade com a lei;
- b) induzir deliberadamente a erro no julgamento;

28.2.7. praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação (art. 155, XI, da Lei Federal nº 14.133, 2021);

28.2.8. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013 (art. 155, XII, da Lei Federal nº 14.133, 2021).

28.3. com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as sanções previstas nos incisos II, III e IV do art. 156.

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

Sanção de multa compensatória

28.4. A multa compensatória será aplicada nos percentuais estabelecidos no Decreto nº 16.189, de 17 de maio de 2023:

Infração (Subitens)	Percentual da multa
28.2.1. 28.2.2.	de 0,5% (cinco décimos por cento) a 1% (um por cento) do valor estimado da contratação
28.2.3.	de 1% (um por cento) a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação

28.2.4.	de 20% (vinte por cento) a 30% (trinta por cento) do valor estimado da contratação
28.2.5.	
28.2.6.	
28.2.7.	
28.2.8.	

28.4.1. Quaisquer multas aplicadas deverão ser recolhidas junto ao órgão competente no prazo de até 20 (vinte) dias úteis, contados de sua publicação no Diário Oficial do Estado de Mato Grosso do Sul, podendo, ainda, ser descontadas de qualquer fatura ou crédito existente, a critério da licitante.

Sanção de impedimento de licitar e contratar

28.5. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 28.2.1, 28.2.2 e 28.2.3, 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 com o Estado de Mato Grosso do Sul, pelo prazo máximo de 3 (três) anos, obedecida a seguinte gradação definida no Decreto nº 16.189, de 17 de maio de 2023:

Infração (Subitens)	Pena
28.2.1.	impedimento pelo período de até três meses.
28.2.2. 28.2.3.	impedimento pelo período de até quatro meses

Sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar

28.6. A sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 28.2.4, 28.2.5, 28.2.6, 28.2.7 e 28.2.8, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos, obedecida a seguinte gradação definida no Decreto nº 16.189, de 17 de maio de 2023:

Infração (Subitens)	Pena
28.2.4. 28.2.7.	declaração de inidoneidade de até cinco anos
28.2.5. 28.2.6.	declaração de inidoneidade de até seis anos

28.2.8.	
---------	--

28.6.1. Será aplicada a sanção de que trata o subitem 28.6 deste Edital nas infrações administrativas previstas nos itens 28.2.1, 28.2.2 e 28.2.3 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar.

Da Aplicação e do Cômputo da Sanção

28.7. Os aspectos relacionados à aplicação da sanção, tais como a dosimetria, a cumulação, o cometimento de mais de uma infração em uma mesma licitação ou relação contratual e a soma de diversas sanções aplicadas a uma mesma empresa e derivadas de licitações e contratos distintos, deverá observar o disposto nos arts. 34 a 38 do Decreto nº 16.189, de 17 de maio de 2023.

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

Processo Administrativo Sancionador

28.9. O procedimento para aplicação das sanções seguirá o disposto no Capítulo III do Decreto nº 16.189, de 17 de maio de 2023:

29. DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1. É facultada à Comissão de Contratação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços.

29.1.1. Fica ressalvada da vedação do item anterior a fase de habilitação, na qual a Comissão deverá realizar diligências para o saneamento de vícios, em conformidade com o item 19 deste Edital e com o Decreto Estadual nº 16.118/2023.

29.2. A Comissão de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato.

29.3. A Comissão de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 29.1 e 29.2 deste Edital.

29.4. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

29.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação Final da Proposta ou revogar esta concorrência.

29.5. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação Final da Proposta, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

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

29.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados Controladoria Geral do Estado, para as providências devidas.

29.8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 155 da Lei nº 14.133/2021.

29.9. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

29.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

29.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 147 da Lei nº 14.133/2021.

29.10.2. O ANUNCIANTE poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

29.11. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

29.12. Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Estado de Mato Grosso do Sul, na forma prevista no parágrafo único do art. 89 da Lei nº 14.133/2021.

29.13. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Comarca de Campo Grande/MS, da Justiça Estadual de Mato Grosso do Sul.

29.14. Integram este Edital os seguintes Anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Modelo de Procuração;
- c) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;
- d) Anexo IV: Minuta de Contrato;

30. GLOSSÁRIO.

30.1. Nesta licitação serão encontradas palavras, siglas e abreviaturas com os mesmos significados, conforme abaixo:

30.2. CONTRATANTE/ANUNCIANTE: O ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL, através Universidade de Mato Grosso do Sul – UEMS (Lote 01), Departamento de Transito de Mato Grosso do Sul – DETRAN/MS (Lote 02), Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul – FUNDTUR (Lote 03) e da Secretaria de Estado de Governo e Gestão Estratégica – SEGOV (Lote 04), que é signatária do instrumento contratual;

30.3. CONTRATADA: empresa à qual foi adjudicado o objeto desta licitação e é signatária do contrato com a Administração Pública;

- 30.4.** FISCALIZAÇÃO: órgão encarregado do acompanhamento e fiscalização do contrato;
- 30.5.** CERCA - Certificado de Registro Cadastral;
- 30.6.** HABILITAÇÃO: Verificação atualizada da situação jurídica, qualificação técnica e econômica financeira e regularidade fiscal de cada empresa participante da licitação;
- 30.7.** CC: Comissão de Contratação, que realizará os procedimentos de recebimento de invólucros, habilitação e julgamento das propostas comerciais referentes a esta licitação;
- 30.8.** Subcomissão Técnica: Responsável pela análise das propostas técnicas – art. 10, § 1º, da Lei n.12.232/2010.
- 30.9.** DOE: Diário Oficial do Estado, jornal editado/publicado pela Imprensa Oficial do Estado;
- 30.10.** Subcomissão Técnica: responsável pela análise das propostas técnicas – art. 10, § 1º, da Lei n.12.232/2010.

Campo Grande - MS, 22 de dezembro de 2025.

Elaborado por:

Pauline Gavíglia Silva
Coordenadoria de Licitações
COLIC/SUOC/SEL/SAD

De acordo:

Ana Carolina Batista Braz
Coordenadora de Licitações
COLIC/SUOC/SEL/SAD

ANEXO I

BRIEFING POR LOTE

ANEXO I- BRIEFING DO LOTE 01- Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS)

Órgão/Entidade demandante: A Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS)

Briefing: Campanha Vestibular UEMS 2027

1. Situação Geral

Contexto institucional da UEMS e panorama do vestibular como ação estratégica.

- Perfil institucional: A Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS) é uma instituição pública de ensino superior com atuação estratégica na interiorização da educação, promovendo a ampliação do acesso ao ensino superior gratuito e de qualidade em diferentes regiões do Estado. Sua missão envolve formação acadêmica e profissional, produção e difusão de conhecimento por meio do ensino, pesquisa e extensão, com foco no desenvolvimento regional, inovação, inclusão e na resposta às demandas sociais e econômicas de Mato Grosso do Sul.
- Mudanças relevantes: expansão de cursos e vagas; políticas afirmativas (cotas indígenas e para pessoas negras); fortalecimento da internacionalização (UEMS na Rota Bioceânica).
- Imagem e reputação: universidade com identidade sul-mato-grossense, inclusiva e de excelência; impacto em comunidades (pesquisa/extensão).
- Programas/serviços: graduação/pós, bolsas e assistência estudantil; ações de pesquisa e extensão; processos seletivos PSV e PSP.
- Segmentos impactados: jovens do ensino médio, candidatos de outras idades, famílias, comunidade escolar e municípios com unidades/ações da UEMS.
- Abrangência territorial: estadual (interiorização), com presença em diversas regiões.
- Canais e restrições: inscrições gratuitas pelo site oficial (www.uems.br); demais canais a detalhar.

BRIEFING - DESAFIO TÉCNICO

Um Estado só se desenvolve de verdade quando sua gente tem a oportunidade de crescer junto. Para isso, foi criada, em 1993, a Fundação Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - UEMS. Sua missão é contribuir para o avanço científico, tecnológico e social de Mato Grosso do Sul, por meio da interiorização do ensino superior e da ampliação do acesso à educação pública de qualidade em todas as regiões do Estado.

Ao longo dos seus mais de 30 anos de história, a UEMS passou a exercer um importante protagonismo na formação e na vida dos sul-mato-grossenses, com 85% de seus estudantes oriundos do próprio Estado. A Universidade oferece cursos de graduação e pós-graduação, além dos programas de Mestrado e Doutorado, nas modalidades lato sensu e stricto sensu.

A internacionalização é um dos eixos estratégicos da atual gestão da UEMS, com destaque para o projeto “UEMS na Rota Bioceânica”, que tem fortalecido a presença da Universidade em âmbito internacional por meio de programas de cooperação internacional que ampliam o alcance, a visibilidade e a atuação da UEMS no cenário global.

A produção científica também é um eixo fundamental para a UEMS. São 14 centros de ensino, pesquisa e extensão, além de mais de 100 grupos de pesquisa vinculados aos cursos de graduação e pós-graduação, que promovem a aplicação do conhecimento gerado nas salas de aula e laboratórios e gera impactos concretos nas comunidades. Ao longo de sua trajetória, a Universidade já atendeu direta e indiretamente mais de 1 milhão de pessoas por meio dessas ações.

E para garantir que os acadêmicos possam se dedicar integralmente à formação superior, a UEMS oferece bolsas nas áreas de ensino, pesquisa, extensão, cultura, esporte e internacionalização, além de auxílios mensais voltados à permanência, alimentação e situações emergenciais. Anualmente, são investidos cerca de R\$ 12 milhões em bolsas e programas de assistência estudantil.

Nesse mesmo compromisso com a inclusão, a UEMS foi pioneira no Brasil ao implantar o sistema de cotas para pessoas indígenas, reservando cerca de 10% de suas vagas a esse grupo. A iniciativa reflete o comprometimento institucional com a valorização da diversidade, especialmente em um Estado que abriga a terceira maior população indígena do país.

Além da cota indígena, a UEMS foi a segunda instituição de ensino superior do Brasil a destinar 20% de suas vagas a estudantes negros. A partir de 2020, passou também a reservar 10% de suas vagas para candidatos residentes em Mato Grosso do Sul que se enquadrem nos critérios do sistema de cotas. Essas iniciativas reforçam o compromisso da Universidade com a inclusão, a diversidade e o desenvolvimento social do Estado.

A ampliação da capilaridade, a oferta de novos cursos, o aumento no número de vagas e a adoção de políticas afirmativas contribuíram significativamente para a maior visibilidade da UEMS e para a diversificação de suas formas de ingresso.

Atualmente, o ingresso nos cursos de graduação pode ser realizado por meio do Processo Seletivo Vestibular (PSV) ou do Processo Seletivo Permanente (PSP), que utiliza as notas de edições anteriores do Enem e o histórico escolar do Ensino Médio como critérios de avaliação.

2. Desafio de Comunicação

Como mostrar para milhares de pessoas em todo o Estado, que a universidade pública é, sim, um lugar para todos?

A cada edição, o Vestibular UEMS representa uma ação estratégica fundamental para o fortalecimento da instituição. Uma ação que vem acompanhada de um grande desafio: engajar o maior número possível de sul-mato-grossenses a buscarem um futuro melhor por meio do Ensino Superior.

A campanha é também uma oportunidade de reforçar o posicionamento da UEMS como uma universidade com a identidade do povo sul-mato-grossense, promotora do desenvolvimento

humano, social e econômico no Estado, por meio da oferta do ensino público, gratuito, inclusivo e de excelência.

O Vestibular UEMS 2027 será voltado exclusivamente aos cursos de graduação, com inscrições gratuitas disponíveis pelo site oficial da instituição (www.uems.br), com prova marcada para o dia 13 de dezembro (data fictícia).

Embora tenha como foco principal os jovens estudantes do Ensino Médio, o processo seletivo é também uma oportunidade a candidatos de outras idades e perfis, que também almejem uma formação superior.

A expectativa é de uma campanha moderna e acessível, que converse com os diversos públicos da UEMS. Para isso, será essencial uma estratégia de mídia criativa e bem articulada, que integre diversos canais e utilize ao máximo os recursos de cada plataforma. A ideia é sensibilizar, informar e, acima de tudo, inspirar.

3. Objetivos de Comunicação

Objetivos de comunicação.

- Engajar o maior número possível de sul-mato-grossenses a se inscreverem no Vestibular UEMS 2027.
- Reforçar o posicionamento da UEMS como universidade pública, gratuita, inclusiva e de excelência, “um lugar para todos”.
- Informar de forma clara: gratuidade da inscrição, canais oficiais, datas e regras do processo seletivo.
- Inspirar (tom moderno e acessível) e reduzir barreiras percebidas ao acesso ao ensino superior.
- Direcionar tráfego para o site de inscrições e aumentar conversões (inscrições concluídas).

4. Públicos-Alvo

- Públicos prioritários: estudantes do ensino médio/vestibulandos e suas famílias; candidatos de outras idades e perfis interessados em graduação.
- Públicos secundários: comunidade escolar (diretores, professores, orientadores), formadores de opinião e imprensa local/regional.
- Públicos internos: comunidade acadêmica e servidores da UEMS; redes parceiras institucionais.
- Caracterização sociodemográfica: jovens e adultos em todo o MS; recortes por região/município, escolaridade e renda (considerar necessidade de informação acessível).
- Perfil comportamental: busca por ascensão social e formação; necessidade de acolhimento e orientação; presença forte em mídias digitais.

5. Praças

Praças: todo o Mato Grosso do Sul (foco em municípios com maior concentração de estudantes do ensino médio e presença/alcance regional da UEMS).

6. Período

Período: Data base da prova 13/12 – 45 dias.

7. Verba Indicativa

R\$ 2.000.000,00 (Dois milhões de reais).

8. Recursos Próprios de Comunicação

- Site oficial da UEMS (www.uems.br) e páginas do vestibular/inscrições.
- Redes sociais institucionais da UEMS e unidades/campi.
- Plataformas eletrônicas e e-mails institucionais (mailing de escolas/parceiros).
- Canais de atendimento ao cidadão/estudante (SAC, WhatsApp institucional, ouvidoria).
- Materiais impressos e espaços físicos (escolas, campi, eventos).
- Veículos próprios/parcerias institucionais (rádio universitária, TV institucional, se houver).

ANEXO I- BRIEFING DO LOTE 02 - DETRAN MS - Departamento de Trânsito do Mato Grosso do Sul.

Órgão/Entidade demandante: DETRAN MS - DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO MATO GROSSO DO SUL.

Lote/Briefing: Campanha DETRAN-MS (Serviços Digitais).

1. Situação Geral

Contexto do Estado Digital e da transformação digital do DETRAN-MS (cenário e entregas já existentes).

- Perfil institucional: O DETRAN-MS é a autarquia estadual responsável pela gestão, regulação e fiscalização das políticas de trânsito em Mato Grosso do Sul, atuando na habilitação de condutores, registro e licenciamento de veículos, educação para o trânsito e segurança viária. Reconhecido pela modernização de processos, é referência em inovação e atendimento digital, com mais de 95% dos serviços disponibilizados online, ampliando acesso, agilidade e eficiência no atendimento ao cidadão.
- Mudanças relevantes: aceleração da digitalização a partir da pandemia; melhorias de usabilidade (app/portal), adoção de modelo híbrido para serviços com etapas presenciais; criação/fortalecimento de canais como totens e assistente virtual.
- Imagem e reputação: consolidar percepção de 'mais perto, mais eficiente' e liderança em serviços digitais.
- Programas/serviços associados: transferência digital, primeiro emplacamento digital, 'Meu Detran', Portal de Serviços, assistente virtual Glória, Detran em Números, totens de autoatendimento, iniciativas de IA para combate a fraudes.
- Segmentos impactados: condutores, proprietários de veículos, despachantes, autoescolas/CFcs, empresas de transporte, público 60+ e pessoas com baixa familiaridade digital.

- Abrangência territorial: estadual, com pontos físicos (totens) concentrados em Campo Grande e Dourados, além de atendimento digital para todo o Estado.
- Canais atuais e restrições: a detalhar pelo órgão (normas, segurança da informação, LGPD, atendimento inclusivo).
- Pontos fortes/fragilidades: fortes — oferta digital ampla e dados de uso; fragilidades — barreiras de letramento digital, confiança e risco de golpes/fraudes.

BRIEFING - DESAFIO TÉCNICO

O Estado Digital é um dos quatro pilares de orientação do Governo de Mato Grosso do Sul, ao lado dos eixos Estado Próspero, Inclusivo e Verde, expressando, assim, a macro estratégia de desenvolvimento do estado, o crescimento com inclusão e sustentabilidade e a digitalização dos serviços públicos como ferramenta fundamental de economia de recursos, expansão do acesso e modernização do modelo de gestão.

Deles, o Estado Digital é um dos mais desafiadores, considerando as complexidades de sua implantação na esfera pública. Acrescenta-se a esta realidade a existência de uma cultura ainda “analógica” preponderante na burocracia estatal no atendimento às demandas da população.

Este distanciamento explica o descompasso entre a sociedade e o estado. No Mato Grosso do Sul a importância desta área gerou a necessidade de criação de uma nova secretaria gestora, a Secretaria Executiva de Transformação Digital, a SETDIG, que orienta o programa atualmente em curso no estado.

O Detran-MS é a unidade gestora estadual com um dos maiores avanços neste campo específico, consolidando-se, nos últimos anos, como referência nacional em inovação e atendimento digital. Atualmente, mais de 95% dos serviços da autarquia estão disponíveis online, trazendo facilidade, agilidade e inclusão para toda a população.

A humanização e a inclusão são proporcionadas por novos canais como o Guichê 60+ e a assistente virtual Glória, que fortalecem o atendimento personalizado e acessível.

Os serviços digitais promovem a redução de deslocamentos. A digitalização de processos como transferência digital e primeiro emplacamento de veículos eliminam a necessidade de presença física do cidadão numa agência. A reformulação do Detran em Números facilita o controle social e o acesso à informação, fortalecendo a transparência.

Entre os inúmeros avanços anotados estão a Certidão de Prontuário de CNH; a Integração com a OAB; o Voucher Transportador; a automação dos relatórios da Cotra e a Vistoria Eletrônica com Celulares.

Em 2024 registrou-se o primeiro emplacamento digital e o primeiro emplacamento Digital via Portal.

A transformação digital alcançou outros campos, como:

- Consulta sobre a Situação do Veículo Apreendido;

- Questionário Médico digital via Portal
- Consulta online a prova teórica e gabarito, e pedido de recurso
- Pesquisa de Satisfação do Portal
- Leilão Renajud
- MAC Detran - Uso de inteligência artificial para rastreio de indícios de fraude nos sistemas

E, no primeiro trimestre de 2025, a Transferência Digital; o Detran em Números; Novo Meu Detran e a assistente virtual Glória.

Autoatendimento: Avanço dos Atendimentos Digitais do DETRAN-MS

Importante avaliar o levantamento que compara os acessos aos serviços digitais do Detran-MS nos anos de 2023, 2024 e o início de 2025 (dados até março), considerando o atendimento presencial nos totens de agências (Dourados, Shopping Campo Grande, Shopping Norte Sul, e Agência Digital no Bosque dos Ipês). Além da utilização da Agência Digital os números permitem comparar os acessos via aplicativo Meu Detran e Portal de Serviços Meu Detran.

Atualmente estão em operação no Estado 10 totens, sendo 7 em Campo Grande e 2 em Dourados.

Totens: o volume de atendimento presencial via totens tem crescido anualmente, indicando boa aceitação pelos usuários e eficiência do serviço.

Aplicativo e Portal: apesar de variações mensais, os acessos digitais continuam elevados, demonstrando que os usuários estão cada vez mais adaptados ao meio digital.

Tendência 2025: se mantido o ritmo do primeiro trimestre, 2025 tende a superar 2024 em número de atendimentos presenciais nos totens e manter estabilidade no uso dos serviços digitais.

O Detran-MS apresenta uma evolução positiva no atendimento por totens e estabilidade no meio digital. O investimento na ampliação de pontos de autoatendimento e na melhoria dos serviços digitais que vem contribuindo para a descentralização do atendimento, redução de filas e melhoria da experiência dos usuários.

Dados

A evolução dos atendimentos presenciais via Totens de autoatendimento

2023: 146.840 atendimentos presenciais via totens em Dourados, Shopping CG e Norte Sul.

2024: 222.583 atendimentos em cinco agências, representando um crescimento de 51% em relação a 2023.

2025 (até março): 54.920 atendimentos registrados (em apenas três meses), sugerindo tendência de novo crescimento anual, caso o ritmo se mantenha.

Observação: O acréscimo pode ser explicado pelo avanço gradativo do número de agências equipadas com totens.

Aplicativo Meu Detran:

2023: 9.227.307 atendimentos pelos totens e média mensal de 768.942.25 acessos no aplicativo.

2024: Volume consistente, 9.908.880 acessos ao longo do ano, representando uma média mensal de 825.740 acessos.

2025 (até março): Registro de 2.493.185 acessos, representando uma alta significativa, com média mensal de 831.061,66 acessos.

Portal do Detran:

2023: Média mensal de cerca de 2 milhões de acessos.

2024: Mantida a média próxima dos 1,7 a 2 milhões de acessos mensais.

2025: Pequena queda observada em março (1.771.861 acessos), mas ainda em patamar elevado.

2. Desafio de Comunicação

Problema central: promover mudança de hábito para ampliar uso dos serviços digitais, reduzindo necessidade de atendimento presencial e custos.

A campanha.

O desafio da comunicação publicitária é promover uma mudança de hábito da população usuária, representada por 1.403.314 condutores de 1.902.169 veículos, em relação à prestação de serviços da autarquia - 95% disponibilizados via digital, aumentando, assim, progressivamente, o uso deste canal, fundamental não apenas para modernizar e melhorar a capacidade de atendimento, mas também baratear o custo da prestação de serviços da autarquia.

Desde a pandemia, marco de aceleração do processo de digitalização, o Detran MS vem superando dificuldades estruturais, como as próprias dificuldades de navegação pelo App, identificadas, naquele momento inicial, como excessivamente complexa em relação ao usuário. E foi assim que o Detran MS se avançou para aperfeiçoamentos, como a reunião de serviços em um cardápio mais completo e a adaptabilidade para o formato mobile. Nas áreas que ainda demandavam o formato presencial (como a renovação da CNH, que exige exame médico presencial) criou-se uma inovadora interseção entre as etapas físicas obrigatórias e o digital, inaugurando, assim, um modelo híbrido.

Por isso, conceitualmente, o Detran MS passou a utilizar, em seu posicionamento institucional, o conceito “mais perto, mais eficiente”, com foco na facilitação do atendimento das demandas dos cidadãos e, conseqüentemente, filas menores, redução de burocracia, menos demora e atendentes funcionando com menos pressão. O novo passo fundamental foi o lançamento,

em 2025, do personagem virtual “Glória”, que faz o atendimento, via whatsapp, com mais avanços no processo de digitalização.

A campanha precisa estimular, com assertividade e eficiência, os cidadãos-usuários a conhecerem as vantagens e diferenciais do uso intensivo das novas tecnologias de prestação de serviços, em termos de agilidade, facilidade de acesso e segurança das operações, de forma massiva e didática, em diferentes canais de mídia, facilitando, assim, a expansão e abrangência dos serviços, em todo o Estado. É importante que a comunicação aproveite as oportunidades de sinergia com a população para trabalhar a prevenção às fraudes e crimes cibernéticos cada vez mais comuns nesta área.

3. Objetivos de Comunicação

Objetivos da comunicação (informar, orientar e engajar para adoção do canal digital).

- Aumentar progressivamente o uso dos serviços digitais (app/portal/WhatsApp/assistente virtual), reduzindo filas e deslocamentos.
- Explicar, de forma massiva e didática, vantagens: agilidade, facilidade, segurança e inclusão.
- Reforçar posicionamento institucional do DETRAN-MS ('mais perto, mais eficiente') e confiança nos canais oficiais.
- Orientar prevenção a fraudes e crimes cibernéticos, estimulando boas práticas e verificação de canais oficiais.
- Valorizar soluções híbridas quando houver etapas presenciais obrigatórias (ex.: exame médico), esclarecendo o fluxo.

4. Públicos-Alvo

Públicos prioritários e secundários.

- Públicos prioritários: condutores e proprietários de veículos no MS; usuários que ainda preferem atendimento presencial.
- Públicos secundários: despachantes, empresas de transporte, autoescolas/CFCs, público 60+, pessoas com menor letramento digital, imprensa e formadores de opinião.
- Públicos internos: atendentes e equipes do DETRAN-MS; parceiros de atendimento (agências/totens).
- Caracterização sociodemográfica: recorte por idade (incluindo 60+), escolaridade e acesso a smartphone/internet; distribuição por municípios.
- Perfil comportamental/relacionamento: usuários que valorizam rapidez e conveniência; usuários com baixa confiança no digital; usuários suscetíveis a golpes.

5. Praças

Praças: todo o Mato Grosso do Sul (com reforço nas regiões com maior demanda e nos locais com totens/Agência Digital: Campo Grande, Dourados e shoppings citados no texto-base).

6. Período

Período: 45 dias.

7. Verba Indicativa

Verba indicativa: R\$ 2.000.000,00 (Dois milhões de reais).

8. Recursos Próprios de Comunicação

- Site/Portal do DETRAN-MS e páginas oficiais do Governo do MS.
- Aplicativo Meu Detran e Portal de Serviços.
- WhatsApp e atendimento via assistente virtual (Glória).
- Totens de autoatendimento e Agência Digital (espaços físicos).
- Redes sociais institucionais do DETRAN-MS e Governo.
- Canais de atendimento ao cidadão (ouvidoria, telefones e atendimento presencial).

ANEXO I – BRIEFING DO LOTE 03- FUNTDUR- Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul

Órgão/Entidade demandante: Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (Fundtur-MS)

Lote/Briefing: Campanha Fundtur-MS – Turismo Responsável

1. Situação Geral

Contexto do turismo sustentável em Mato Grosso do Sul e papel institucional da Fundtur-MS.

- Perfil institucional: A Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (Fundtur-MS), vinculada à Secretaria de Estado de Turismo, Esporte, Cultura e Cidadania (SETESC), é o órgão responsável por planejar, coordenar e executar ações de fomento, estruturação e promoção do turismo no Estado. Atua na articulação com municípios, trade turístico e instituições parceiras, no fortalecimento de destinos e produtos turísticos, na qualificação e no apoio a eventos, além da promoção institucional de Mato Grosso do Sul nos mercados regional, nacional e internacional, com foco em ampliar fluxo turístico e gerar desenvolvimento econômico.
- Características do Estado: três biomas (Pantanal, Cerrado e Mata Atlântica), biodiversidade, destinos consolidados (Bonito e Pantanal) e turismo de base comunitária.
- Imagem e reputação: reconhecimento em ecoturismo (Bonito) e natureza; oportunidade de ampliar associação com turismo responsável e experiências premium.
- Segmentos atendidos/impactados: trade turístico, viajantes de alto poder aquisitivo, comunidades locais e cadeias produtivas do turismo.
- Abrangência territorial: estadual, com foco em destinos estratégicos e rotas turísticas estruturadas.
- Canais/restrições: a detalhar (uso da marca 'Isto é Mato Grosso do Sul!' e normativas de comunicação pública).

BRIEFING - DESAFIO TÉCNICO

O Mato Grosso do Sul possui características únicas que o credenciam como destino ideal para o turismo sustentável: abriga três dos mais importantes biomas brasileiros (Pantanal,

Cerrado e Mata Atlântica), possui uma rica biodiversidade, oferece experiências turísticas que integram natureza e cultura local, e conta com uma infraestrutura turística que busca equilibrar desenvolvimento econômico e preservação ambiental.

O estado já é reconhecido por destinos como Bonito, referência mundial em ecoturismo, e o Pantanal, maior planície alagada do planeta. Além disso, possui comunidades tradicionais que desenvolvem o turismo de base comunitária, rotas turísticas estruturadas e uma crescente preocupação com práticas sustentáveis em toda a cadeia do turismo.

2. Desafio de Comunicação

A campanha publicitária tem como desafio de posicionar Mato Grosso do Sul como referência em turismo responsável no Brasil, destacando não apenas suas belezas naturais, mas todo o trabalho desenvolvido pelo estado na conservação ambiental, desenvolvimento social das comunidades locais e práticas responsáveis na atividade turística, tendo como instituição responsável a Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (Fundtur-MS), vinculada à Secretaria de Estado de Turismo, Esporte, Cultura e Cidadania, responsável pelo planejamento, fomento e promoção da atividade no estado.

O desafio do certame é comunicar experiências turísticas únicas e transformadoras, que aliam conforto e qualidade à responsabilidade ambiental e social, características cada vez mais valorizadas pelo público de alto poder aquisitivo que busca destinos sustentáveis.

3. Objetivos de Comunicação

- Elaborar uma estratégia de comunicação que posicione Mato Grosso do Sul como principal destino de Natureza e turismo responsável do Brasil, evidenciando seus diferenciais competitivos e exclusivos, e gerando desejo de visita junto ao público-alvo.
- Gerar desejo de visita ao MS junto ao público de alto poder aquisitivo que valoriza sustentabilidade.
- Evidenciar diferenciais competitivos e exclusivos; comunicar oferta de qualidade e conforto alinhados à responsabilidade socioambiental.

4. Públicos-Alvo

- Públicos prioritários: trade turístico nacional e internacional (operadores, agências, consultores).
- Públicos prioritários: viajantes de alto poder aquisitivo com interesse em turismo sustentável.
- Públicos secundários: formadores de opinião do setor de turismo e sustentabilidade; mídia especializada.
- Caracterização sociodemográfica/comportamental: viajantes com maior renda, alta propensão a experiências premium, preocupação com sustentabilidade/ODS; profissionais do trade com foco em destinos e produtos diferenciados.
- Barreiras/motivações: barreiras — desconhecimento de produtos além de Bonito/Pantanal, distância/percepção logística, comparação com destinos concorrentes; motivações — exclusividade, natureza, experiências transformadoras, ESG, autenticidade e cultura local.

5. Praças

Praças: atuação nacional. Mercados emissores prioritários e praças estratégicas (recomendação: priorizar capitais e hubs com conectividade aérea e relevância para turismo de natureza).

6. Período

Período: 30 dias (novembro/2026), conforme briefing. Considerar sazonalidade e janelas do trade turístico.

7. Verba Indicativa

Verba indicativa: R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), conforme briefing.

8. Recursos Próprios de Comunicação

- Site/portal institucional da Fundtur-MS e Governo do MS.
- Redes sociais institucionais.
- Plataformas eletrônicas e mailing do trade (newsletters, cadastros e CRM do turismo).
- Canais de atendimento e informação turística (centrais, guias, atendimento digital).

ANEXO I- BRIEFING DO LOTE 04 - Secretaria de Estado de Governo e Gestão Estratégica - SEGOV

MATO GROSSO DO SUL, O CAMINHO DA TRANSFORMAÇÃO: O SALTO PARA OS PRÓXIMOS 50 ANOS

Órgão/Entidade demandante: Secretaria de Estado de Governo e Gestão Estratégica

Lote/Briefing: Campanha 50 anos do Mato Grosso do Sul

1. Situação Geral

Contextualização institucional e cenário do Mato Grosso do Sul rumo ao cinquentenário (11/10/2027).

- Perfil institucional do órgão/entidade demandante: Governo do Estado de Mato Grosso do Sul (eixos: Estado Próspero, Inclusivo, Verde e Digital).
- Mudanças relevantes: ciclo de reformas fiscais/administrativas para recuperar capacidade de investimento e atrair investimento privado; consolidação de novo posicionamento do Estado no ranking de crescimento.
- Imagem, percepção e reputação: posicionamento como vitrine de modelo de gestão e entre os estados líderes em crescimento no país.
- Características e reputação de políticas/serviços: investimentos estruturantes, saneamento, regionalização da saúde, educação integral e programas sociais citados no texto-base.
- Segmentos impactados: população sul-mato-grossense em geral, municípios, setores produtivos, trabalhadores e comunidades tradicionais/indígenas.
- Abrangência territorial da ação: estadual, com potencial repercussão nacional.

- Pontos fortes e fragilidades: fortes — resultados e entregas; fragilidades — desafios estruturais ainda presents.

MATO GROSSO DO SUL, O CAMINHO DA TRANSFORMAÇÃO:

O SALTO PARA OS PRÓXIMOS 50 ANOS

Em 11 de outubro de 2027, o Mato Grosso do Sul completa 50 anos de história.

Desde a Divisão, assinada pelo presidente Ernesto Geisel, até os nossos dias, são cinco décadas de esforço coletivo em busca de uma identidade própria e pleno desenvolvimento, um processo de construção ainda em curso.

Neste tempo, ano após ano, década após década, os desafios de cada momento foram sendo enfrentados em uma sequência de contribuições preciosas, desde que o engenheiro de obras, Harry Amorim Costa, ascendeu ao comando do novíssimo Estado.

Assim como ele, os primeiros governadores sul-mato-grossenses chegaram ao poder compromissados com a urgência de prover a instalação das instituições e da infraestrutura básica necessária ao estado recém-criado e ainda marcado pela precariedade e necessidade de integração.

Com o processo de redemocratização, uma constituinte no horizonte e uma nova agenda, inicia-se a modelagem do Mato Grosso do Sul moderno em diferentes fases.

MS contemporâneo

De lá para cá, aproximando-se do primeiro terço do século XXI, a segunda mais jovem unidade federada do Brasil já não é mais um modesto estado encrustado no centro-oeste brasileiro. Um novo estado floresce agora, como vitrine de um modelo de gestão diferenciado no concerto da administração pública nacional.

O salto para um novo lugar entre os entes federados está consumado e é resultado de um extenso ciclo de reformas e inovações, que chega ao seu ponto inflexão e maturidade com o inédito posicionamento entre os estados líderes em crescimento no Brasil em 2025.

Não se trata de um crescimento qualquer, mas sim de um ciclo virtuoso de desenvolvimento, que expande e diversifica a economia regional; fomenta a empregabilidade e impacta a mobilidade no tecido social.

O primeiro passo nesta nova direção se deu com a recuperação da capacidade de investimentos do estado.

Ainda em 2015, um conjunto de medidas no campo fiscal recalibrou a relação entre receitas e despesas: não sem sacrifícios, críticas e incompreensões, a reforma administrativa tornou o estado o mais enxuto do Brasil; a redução da estrutura de governança foi acompanhada por cortes drásticos das despesas de custeio, seguida pela reforma da Previdência Estadual e a modernização da política de incentivos – um conjunto de medidas de rigorosa contenção de gastos para frear os desequilíbrios estruturais e vencer a recessão instalada no país, em

meados dos anos 2000. Foi assim que o Estado superou o risco de insolvência e garantiu a governabilidade.

A disposição de fazer o que era preciso ser feito teve outro efeito: recuperou a credibilidade do estado, como novo destino dos investimentos privados. Transformando gasto em investimento público e atraindo volumes recordes de investimento privado, o Estado, agora reorganizado, pôde dar novos passos de aperfeiçoamento do modelo de gestão.

O desafio sempre fora prover crescimento sustentado e sustentável, gerando inclusão produtiva e aguda redução da pobreza extrema, ano a ano.

E foi o que se viu.

Menos impostos, mais competitividade

À bordo de uma estratégia de crescimento diferenciada e na contramão de diferentes estados brasileiros, o Mato Grosso do Sul trabalha hoje com a menor alíquota modal de ICMS (apenas 17%), em vigor no país. O que era medida adotada para provocar a recuperação econômica durante os anos de pandemia e pós-pandemia, se transformou no “novo normal” na administração pública estadual. Nesta condição de modal reduzido, o MS é um dos estados mais “baratos” do país.

A carga tributária mais leve estimulou a competitividade sul-mato-grossense e atraiu, apenas nos últimos dois anos, 80 bilhões de reais em investimentos produtivos, que alavancaram mais crescimento e ampliaram a capacidade de entregas.

Mesmo enfrentando variáveis fora do controle direto do governo que atingiram a expectativa da arrecadação projetada, como se viu neste ano (a redução da importação do gás boliviano e os efeitos climáticos sobre as quebras de safras), o estado vem conseguindo manter intocada a volumosa carteira de investimentos programados, sem aumentar impostos.

Mais investimento público e atração de investimento privado

O regime de austeridade instalado ganhou componente prático: a redução e transformação de gastos em investimento público elevou o MS para o seleto grupo dos estados brasileiros que mais investem no País.

Mato Grosso do Sul teve um aumento de 227% dos investimentos públicos estaduais nos últimos anos, passando de R\$ 996 milhões em 2020 para a marca de R\$ 3,2 bilhões no ano passado. Isso coloca o Estado bem acima da média nacional, quando avaliado o investimento per capita (por habitante). As informações constam nos Dados do Tesouro Transparente e nos RREOs (Relatório Resumido da Execução Orçamentária) dos estados publicados em 2024.

O agro que mais cresce no Brasil

Outra posição estratégica é ter em sua base econômica o Agro que está entre os que mais crescem no Brasil. O estado é o 2º produtor de celulose e 1º exportador - líder em produtos florestais; é o 5º maior produtor de soja e o 4º exportador; o 3º produtor de milho e o 5º exportador; o 4º em proteína bovina e o 4º maior exportador; o 7º produtor de carne de frango

e o 7º exportador; o 7º maior produtor de suínos e o 6º exportador; o 4º maior produtor de etanol e se transformou em polo nacional de bioenergia no país. E agora abre fronteiras novas de produção com a chegada e rápida expansão da citricultura, entre outras culturas. Acompanhando o crescimento vertiginoso da produção e as oportunidades, o Mato Grosso do Sul tem a indústria de transformação que mais avançou no país na última década e meia, segundo dados da Fiems.

Quase pleno emprego

A soma da capacidade de investimento público e investimento privado foi determinante para que o Estado alcançasse um poderoso desempenho na ocupação de sua mão de obra. Na prática, nos últimos dois anos, o estado trabalha Tateando o regime de pleno emprego, resultado dos novos empreendimentos industriais instalados e do esforço de qualificação da mão de obra (450 mil trabalhadores).

Impacto no tecido social.

Com alto crescimento e avanço da empregabilidade, o estado reduziu para apenas 2% a taxa de pobreza extrema e lidera, no país, o indicador de Mobilidade Social, ou seja, é o estado onde há mais oportunidades para se melhorar de vida.

Mudanças na matriz de produção

Com os olhos voltados para a mudança da matriz de produção no mundo, em decorrência da emergência climática, o Mato Grosso do Sul aliou potenciais naturais do seu território e sua tradicional vocação para o trabalho aos novos paradigmas de sustentabilidade e tecnologias de produção. Assim, vem multiplicando safras recordes de grãos (com exceção dos anos em que sofreu forte impacto climático), com esforço concentrado em competitividade e recuperação de terras degradadas - a transformação de pastos em lavouras e aplicação de novas estratégias de confinamento.

Não por mero acaso, o Mato Grosso do Sul encurtou em 20 anos (de 2050 para 2030) a régua para a descarbonização da economia regional, como signatário dos Objetivos do Milênio da ONU. Caminhando nesta direção, foi o 2º estado brasileiro a concluir o seu inventário de gases de efeito estufa e um plano de trabalho prático organizado a partir dele. Este ano, o agro estadual já foi o que menos emitiu gases de efeito estufa no país, assim como a frota de veículos leves.

Foi também na direção da sustentabilidade que o estado mudou a agenda do saneamento, para alcançar, em apenas 10 anos, a universalização do serviço, acrescentou à sua política de incentivos fiscais princípios lastreados em sustentabilidade; concebeu os primeiros programas de produção orgânica; conectou o valor econômico das florestas plantadas para suprir a produção de celulose à eficiência do sequestro de carbono e colocou em marcha um complexo planejamento para atuar, mais adiante, no promissor mercado de negociações de crédito de carbono. Aliás, foi a primeira vez na história que se negociou créditos de carbono no Pantanal sul-mato-grossense. Hoje, no MS, a preservação ambiental foi monetizada - o estado remunera o produtor que preserva o patrimônio natural.

Os desafios do Pantanal

E por falar nos grandes desafios da maior planície inundável do planeta, um novo arcabouço legal rege e normatiza as atividades naquele extenso território. A inovadora Lei do Pantanal, produzida por consenso entre os diversos atores (ambientalistas, produtores, pesquisadores, ongs, população local, entre outros) foi seguida pelo Pacto do Pantanal, que determinará investimento da ordem de 1,4 bilhão nos próximos anos em prevenção e combate aos incêndios florestais, estradas, aeródromos adaptados, educação, assistência à saúde e o inovador PSA, que, como já se demonstrou, monetiza o conceito de conservação do bioma mais preservado do Brasil (84%), apesar dos seus mais de 300 anos de entropia.

Impactos sobre o desenvolvimento e o tecido social

Todo este cenário foi decisivo para alterar o desempenho do conjunto das políticas públicas, com avanços notáveis em cada campo.

Os exemplos são inúmeros.

13 bilhões em obras estruturantes

Nos próximos dois anos – exatamente no ano da celebração do cinquentenário- há 13 bilhões de reais em investimentos programados em rodovias, hospitais, escolas, e recursos derivados de um extenso programa de concessões em execução, para formar uma nova infraestrutura (e logística) de suporte a este ciclo de alto crescimento.

Aqui, destaca-se o programa MS ativo, que atende demandas diretas das prefeituras, após audição de prefeitos, vereadores e da população, mantendo-se, assim, vivo e atuante, o princípio norteador fundamental do municipalismo, como eixo de desenvolvimento geral do estado.

Universalização do saneamento

Como já se abordou antes, no horizonte de curtíssimo prazo - 2028, o Mato Grosso do Sul deverá ser o primeiro estado brasileiro a universalizar o saneamento básico, resultado da parceria público-privada que encurtou o prazo da universalização do serviço em 30 anos (realizado em 10 anos), com impacto positivo sobre as condições de saúde à população e o passivo ambiental.

Consolidação do processo de regionalização da saúde

Conforme o painel de investimentos programados, até o ano do cinquentenário o estado terá dado os últimos passos do processo de regionalização do atendimento à saúde. Na nova arquitetura setorial, 4 hospitais regionais em funcionamento terão a responsabilidade do atendimento de alta complexidade, enquanto hospitais de média complexidade reequipados estarão localizados nos municípios do entorno, em cada região de saúde, formando, assim, um cinturão de serviços compartilhados.

Na outra ponta, um extenso programa de parceria com cada um dos 79 municípios investe no aumento da cobertura e qualidade da rede básica, porta de entrada do SUS. Para reduzir o déficit histórico existente, um forte investimento em tecnologia disponibiliza a telemedicina especializada, em expansão nos municípios.

Educação integral

Na educação, dois terços da rede pública estadual são formadas por escolas em tempo integral, vencendo, com larga folga, a meta nacional estabelecida. Com a interiorização das infovias, todas as escolas estarão conectadas, utilizando lousas digitais e laboratórios de robótica, contando com professores concursados que recebem os melhores salários do Brasil e de professores contratados que têm remuneração superior a professores concursados de 22 estados. As crônicas defasagens de aprendizagem em língua portuguesa e matemática já estão em processo de redução, a partir dos resultados dos esforços contínuos, também em parceria com os municípios, do Ms Alfabetiza e o MS Matemática. Aqui, é importante lembrar que o estado foi destaque nacional em desempenho na alfabetização crianças este ano – o 2o maior crescimento. O avanço da proficiência comprova que a educação avança na direção correta.

O Social, para não deixar ninguém pra trás

O avanço da qualidade da aprendizagem regular e a qualificação da mão de obra não são, no entanto, medidas suficientes para uma economia em plena transição. Por isso, o estado oferece programas sociais àqueles que ainda não conseguiram se integrar ao processo produtivo. 60 mil famílias sul-mato-grossenses estão no Mais Social e Conta de Energia Zero, programas de transferência de renda para os mais vulneráveis. O Cuidar de Quem Cuida beneficia aqueles que estão em casa cuidando de familiares e não podem trabalhar; o Supera subsidia oportunidades para os alunos carentes realizarem o sonho de cursar uma faculdade privada; foram multiplicados os recursos para os Fundos de Assistência Social dos municípios, assim como para organizações prestadoras de serviço do Terceiro Setor. Importante, ainda, destacar o esforço do estado de realizar busca ativa para localizar e incluir nos programas públicos aqueles que ainda não estavam conscientes dos seus direitos. E valeu a pena: de cerca de 40 mil famílias, o estado conseguiu reduzir para 19 mil as famílias ainda em estado de pobreza extrema. Hoje, segundo o IBGE, apenas 2% da população vivem nessas condições – é hoje o 3º estado no ranking nacional.

Mas não é só isso. Outros novos programas importantes estão em fase de implantação, como o apoio a mãe trabalhadora, com subsídio a creches, nos municípios onde não há vagas públicas disponíveis. O Estado também passará a apoiar, de forma diferenciada, com recursos para o mobiliário e o aluguel social, as mulheres vítimas de violência doméstica que estavam vivendo em abrigos e precisam recomeçar a vida.

Síntese do Estado próspero, inclusivo, verde e digital

De forma sintética, o conjunto de informações aqui abordado consubstancia o conceito norteador do atual programa de governo: um Mato Grosso do Sul próspero, inclusivo, verde e digital.

A prosperidade hoje caminha com um exponencial crescimento sustentado e sustentável, que gera empregos, expande a renda média e reduz drasticamente a pobreza extrema, como se viu. O crescimento também é verde, porque tem sua base no agro que mais avança no país, sem destruir. É digital quando coloca novas tecnologias à serviço de diferentes causas públicas, como na educação, em escolas conectadas, lousas digitais ou laboratórios de

robótica, monitoramento do transporte escolar e da segurança das escolas, assim como nos programas inteligentes de prevenção de incêndios florestais e catástrofes; é digital na telemedicina que oferece médicos especialistas ou, ainda, no rigoroso sistema de controle de indicadores de desempenho para cada projeto e programa do estado, consumados nos Contratos de Gestão.

Os grandes desafios, no entanto, continuam sendo lançados diariamente no cotidiano, porque, em que pesem os avanços inquestionáveis do desempenho do estado aqui resumidamente descritos, o Mato Grosso do Sul ainda convive com grande parte das mazelas nacionais, estruturais, que campeiam Brasil afora.

A forte concentração de renda e de oportunidades e a ainda renitente baixa renda das famílias são algumas delas. Por isso o investimento na qualidade da educação pública e em qualificação da mão de obra.

A contínua atração de investimentos é vetor fundamental para que o processo ótimo de desenvolvimento seja interiorizado e alcance as nossas cidades, impactando-as com novos esforços, investimentos e ativos. Ou seja, mais dinâmica econômica. Os exemplos práticos aí estão em Ribas do Rio Pardo e Inocência, no Vale da Celulose, e Porto Murtinho, ponto de partida da Rota Bioceânica, que sofrem as “dores” do crescimento, em direção a uma nova realidade.

É também responsabilidade do estado lidar com outras agruras nacionais, como a crônico subfinanciamento da saúde pública; o feminicídio e a violência doméstica e contra crianças vulneráveis, que infelizmente ainda incidem em alto grau no estado, à espera da formação de uma nova consciência coletiva.

2. Desafio de Comunicação

Problema central a ser enfrentado/superado por meio da comunicação publicitária (celebração + mobilização).

A poderosa transformação do Mato Grosso do Sul é a matéria prima para a celebração dos nossos primeiros 50 anos e também - especialmente - o novo ponto de partida para o enfrentamento de desafios coletivos nas próximas décadas de história.

A campanha publicitária deve explorar as conquistas realizadas e a preparação do grande salto para um novo futuro, nas áreas essenciais ao desenvolvimento humano.

Como ingrediente fundamental, espera-se que a comunicação publicitária alavanque o sentimento de pertencimento do sul-mato-grossense, visto que o processo de formação foi, é e continuará sendo intensa tarefa coletiva.

Na mesma matiz, a campanha deverá reconhecer contribuições decisivas e estimular outras novas, gerando, assim, um ambiente não só de celebração, mas de sinergia e mobilização em torno das grandes causas do estado.

Eixo temático complementar (cultura como identidade e projeção de futuro):

Não há como revisitar o passado para projetar o futuro sem entender a cultura regional como a alma de um povo. Em especial, em um estado ainda jovem, resultante de uma divisão territorial.

Por isso, dar presença às nossas tradições passadas de geração a geração e aos nossos ativos culturais do tempo presente é tarefa imprescindível para os próximos 50 anos.

Trata-se de tarefa ainda totalmente inconclusa, considerando o verdadeiro manancial de riquezas imateriais legadas - e até pouquíssimo conhecidas, desde o advento da Corumbella, a primeira manifestação de vida multicelular registrada no planeta com capacidade de caçar para se alimentar, descoberta nas margens do rio Paraguai, em Corumbá, pelo cientista alemão Detlef Hans Gert Walde; a presença de fósseis de dinossauro em Nioaque e os rupestres de Três Lagoas e Alcinópolis, passando pelo Pantanal profundo e suas riquezas; os povos originários Guarani, Guarani Kaiowá, Guarani Nhandeva, Terena, Kinikinau, Atikum, Ofaié, kadiwel, Guató e os Camba. Os desbravadores que por aqui caminharam no tempo do descobrimento; as Rotas das Monções em busca do ouro de aluvião em Cuiabá, depois Coxim e Rio Verde; os Caminhos de Peabiru, trilhas ancestrais que já ligavam o Atlântico ao Pacífico, passando pelo Mato Grosso do Sul, Paraguai, Bolívia e Peru, na América Pré-Colombiana; a guerra do Paraguai e o episódio da Retirada da Laguna; o Ms da diversidade, da música regional eternizada, na mágica mistura da música de fronteira; o pop dos irmãos Spindola; os artistas nacionais que deram a Campo Grande o título de um dos templos do sertanejo universitário... até o celebrado folk brasileiro de Almir Sater e Paulo Simões; a obra o grande poeta nacional Manoel de Barros; o esplendor da pintura de Lídia Baís, Wega Neri, Inês Correa da Costa; Humberto Spindola; Jorapimo, Ilton Silva e Isaac de Oliveira e tantos outros, que marcaram a formação única do estado.

3. Objetivos de Comunicação

Objetivos que a ação de comunicação deverá alcançar (orientação: informar, divulgar, orientar, motivar e/ou engajar).

- Celebrar as conquistas realizadas nas primeiras cinco décadas do Estado, com linguagem de orgulho e reconhecimento coletivo.
- Alavancar sentimento de pertencimento do sul-mato-grossense e reforçar identidade estadual.
- Mobilizar e engajar a população para o “salto” rumo ao futuro (próximas décadas), conectando entregas, metas e visão de desenvolvimento humano.
- Reconhecer contribuições históricas e estimular novas contribuições (ambiente de sinergia e mobilização).
- Integrar a dimensão cultural como expressão da alma do povo e ativo estratégico de identidade e futuro.

4. Públicos-Alvo

Definição e caracterização dos públicos prioritários e secundários (internos e externos).

- Públicos prioritários (externos): população sul-mato-grossense (opinião pública), com foco em pertencimento e orgulho cívico.
- Públicos secundários (externos): formadores de opinião, imprensa, setor produtivo, lideranças comunitárias/regionais, visitantes/turistas.
- Públicos internos: servidores públicos e redes parceiras (secretarias, autarquias e entidades vinculadas).
- Caracterização sociodemográfica: amplo espectro (idades, gêneros, escolaridades e classes), com recortes por região/município.
- Perfil comportamental/relacionamento com o tema: conexão com história local, valores de identidade, orgulho regional e expectativa por melhorias/entregas.
- Barreiras e motivações: barreiras — descrença, ruído político, baixa informação sobre entregas; motivações — orgulho, benefícios concretos, experiências culturais, futuro para famílias/jovens.

5. Praças

Abrangência prioritária: todo o Estado de Mato Grosso do Sul (79 municípios).

6. Período

Data-base do cinquentenário: 11/10/2027. Período ideal de veiculação: 45 dias.

7. Verba Indicativa

Verba indicativa: R\$ 3.000.000,00 (Três Milhões de Reais).

8. Recursos Próprios de Comunicação

Sites e portais oficiais do Governo do MS e secretarias parceiras.

Redes sociais institucionais (Governo/secretarias/entidades vinculadas).

Aplicativos e plataformas eletrônicas (quando aplicável).

Canais de atendimento ao cidadão (ouvidoria, call center, WhatsApp oficial, etc.).

Veículos próprios de mídia (TV, rádio, redes internas).

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante: Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado: Representante devidamente qualificado

Objeto: Representar a outorgante na **Concorrência nº 001/2025**.

Poderes: Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e
assinatura dos representantes legais

<observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação>

ANEXO III
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão de Contratação

Referente Concorrência nº 001/2025 – Governo de Mato Grosso do Sul
LOTE XXX

1. Preços sujeitos a valoração

1.1. Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) Percentual de desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: % (..... por cento);

b) honorários oferecidos quando a responsabilidade da licitante se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, de acordo com item 3.6.2. das Normas Padrão:% (.....) por cento.

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes 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, exclusivamente quando a sua distribuição e impulsionamento não proporcionar o desconto de agência concedido pelos

veículos de divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 (art. 11):%
(.....por cento)

1.2. Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 180 (cento e oitenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

2. Outras declarações

2.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula do Contrato.

2.2. Estamos cientes de que o ANUNCIANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3. Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do ANUNCIANTE, nos termos do contrato.

2.5. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

Local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

ANEXO IV
MINUTA DE CONTRATO

Contrato n./20..... objetivando a **contração de serviços publicidade** que entre si celebram o, por meio da e a empresa

O, por meio da, pessoa jurídica de direito público interno, inscrita no CNPJ sob n., estabelecida no, nesta Capital, neste ato representada pelo(a) (*cargo e nome*), nomeado(a) pela Portaria/Resolução nº, de de de 20..., publicada no *DOE* de de de, portador da Matrícula Funcional nº, doravante denominada CONTRATANTE, e o(a), *inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº, sediado(a) na*, doravante designado CONTRATADO, *neste ato representado(a) por* (nome e função no contratado), *conforme atos constitutivos da empresa OU procuração apresentada nos autos*, tendo em vista o que consta no Processo nº e em observância às disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente da *Concorrência 001/2025* mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

As partes acima qualificadas resolvem celebrar o presente contrato para prestação de serviços de publicidade, a serem realizados sob o regime de empreitada por preço unitário objeto da Concorrência nº 001/2025, autorizada mediante ato homologatório, mediante os termos e condições a seguir.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021.

1.1.1. Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto nº 6.555/2008, do Decreto nº 57.690/1966, do Decreto nº 4.563/2002.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência nº 001/2025, seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da **CONTRATADA**, os quais constituem parte deste instrumento.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. O objeto do presente contrato é a Contratação de Serviços de Publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

2.1.1. Também integram o objeto deste contrato, 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;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato; e
- 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.

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O planejamento, previstos no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

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

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

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

2.3. A CONTRATADA atuará por ordem e conta do CONTRANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.4. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula, sendo permitida somente a subcontratação das atividades complementares prevista no art. 2º, § 1º, da Lei 12.232/2010.

2.5. A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.

2.6. Para a execução dos serviços, o ANUNCIANTE realizará o procedimento de seleção interna entre as contratadas, conforme Resolução SEGOV, do presente, atendendo o disposto no art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1. O presente Contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por períodos iguais e sucessivos, nos termos do Art. 107 da Lei 14.133/2021.

4. CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

IV.1. As despesas decorrentes deste Contrato, nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ 00.000.000,00 (xxxxxx xx milhões de reais).

IV.2. A CONTRATANTE reserva-se no direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da reserva orçamentária prevista.

IV.3. Para o Lote XXXX, as despesas decorrentes dos serviços da contratação correrão à conta do Programa de Trabalho n _____, natureza da despesa n. _____, item da despesa n. _____ fonte n. _____.

IV.4. . A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

IV.5. No interesse da CONTRATANTE, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos art. 125 e 126 da Lei nº 14.133/2021.

5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. O Contratado deve cumprir todas as obrigações constantes do instrumento convocatório e em 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:

5.1.2. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990);

5.1.3. Reparar, corrigir, remover, reconstruir, substituir ou refazer, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços e bens nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;

5.1.4. Responsabilizar-se 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, o valor correspondente aos danos sofridos;

5.1.5. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal ou gestor do contrato ou autoridade superior (art. 137, II, da Lei n.º 14.133, de 2021) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;

- 5.1.6.** Indicar preposto para representá-lo durante a execução do contrato, e manter comunicação com representante da Administração para a gestão do contrato;
- 5.1.7.** Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação;
- 5.1.8.** Responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, comerciais e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao contratante e não poderá onerar o objeto do contrato;
- 5.1.9.** 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, da Lei n.º 14.133, de 2021);
- 5.1.10.** Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis 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;
- 5.1.11.** 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;
- 5.1.12.** Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;
- 5.1.13.** 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
- 5.1.14.** 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.
- 5.1.15.** Realizar - com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato observados as especificações estabelecidas pela CONTRATANTE.
- 5.1.16.** Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possuem individualmente, em Campo Grande (MS), estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais

- a) Profissional na área de atendimento;
- b) Profissional na área de planejamento;
- c) Profissional na área de criação;
- d) Profissional nas áreas de produção impressa e eletrônica;
- e) Profissional na área de mídia.

5.1.17. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **CONTRATANTE**.

5.1.18. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

5.1.18.1. Pertencem à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.18.1.1. O disposto no subitem 5.1.16.1. não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.19. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.20. Fazer cotação prévia de preços para todos os bens e serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

5.1.20.1. Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas e físicas previamente cadastradas (CERCA) pela **CONTRATANTE**, nos termos do disposto no art. 14 da Lei nº 12.232/10.

5.1.20.2. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da **CONTRATANTE**.

5.1.21. As propostas dos fornecedores serão coletadas, pela **CONTRATADA**, em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela **CONTRATANTE**, sempre que o fornecimento do bem ou serviço tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste Contrato.

5.1.22. Responder perante a **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua

responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.23. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.24. Obter a aprovação prévia e expressa da CONTRATANTE para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.

5.1.25. A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a CONTRATADA ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial somente poderá ser realizada após comunicar à CONTRATANTE este vínculo e obter sua aprovação.

5.1.26. As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes das contratadas, poderão ser divulgados em site aberto pela CONTRATANTE, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.

5.1.27. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 05 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.

5.1.28. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.29. Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.30. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

5.1.31. As agências contratadas reconhecem e aceitam o procedimento de seleção interna conforme Resolução SEGOV.

5.1.32. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, a relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.9, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.33. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais; e
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.34. A CONTRATADA manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso. (art. 17 da Lei 12.232/2010)

5.1.35. Encaminhar todo o material produzido no âmbito da campanha à CONTRATANTE, para fins de organização e preservação do repositório oficial.

5.2. Com relação à obrigação delineada no subitem 5.1.9 deste Contrato, a comprovação deverá se dar no prazo fixado pelo fiscal do contrato, hipótese em que deverá indicar os empregados que preencheram as referidas vagas (art. 116, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021).

6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. São obrigações do Contratante:

6.1.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o instrumento convocatório e seus anexos;

6.1.2. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas;

6.1.3. Notificar o Contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado, corrigido ou refeito, no total ou em parte, às suas expensas;

6.1.4. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado, inclusive quanto à continuidade da prestação dos serviços, que não deve ser interrompida, ressalvados os casos de força maior justificados e aceitos pelo Contratante.

6.1.5. Comunicar a empresa para emissão de Nota Fiscal quanto 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;

- 6.1.6.** Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos;
- 6.1.7.** Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e no instrumento convocatório e neste contrato;
- 6.1.8.** Cientificar o órgão de representação judicial para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado;
- 6.1.9.** Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste;
- 6.1.10.** Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de 30 (trinta) dias;
- 6.1.11.** A Administração não responderá 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;
- 6.2.** Com relação à obrigação delineada no subitem 6.1.9 deste Contrato, a Administração terá o prazo de 30 (trinta) a contar da data do protocolo do requerimento, para decidir todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução dos contratos regidos pela Lei nº 14.133, de 2021, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – MODELO DE EXECUÇÃO, ACEITAÇÃO E FISCALIZAÇÃO

- 7.1.** A prestação dos serviços não gera vínculo empregatício entre os empregados da contratada e a contratante, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize pessoalidade e subordinação direta.
- 7.2.** Os serviços serão recebidos provisoriamente, de forma detalhada, no prazo de 07 (sete) dias, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes no documento de autorização e na proposta.
- 7.2.1.** Para os fins do disposto no subitem 7.2., o termo detalhado corresponde a documento minucioso, que descreve total e detalhadamente o objeto recebido, devendo ser acompanhado do atesto no verso do documento fiscal ou equivalente, conforme art. 19 do Decreto nº 15.938, de 26 de maio de 2022.

7.3. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, inclusive antes do recebimento provisório, quando em desacordo com as especificações constantes do documento de autorização e na proposta, devendo ser substituídos no prazo de 05 (cinco) dias, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

7.3.1. Na hipótese de irregularidade não sanada pelo contratado, incluindo o caso de serviço não prestado, o fiscal do contrato reduzirá a termo os fatos ocorridos e encaminhará ao(s) gestor(es) do contrato para procedimentos inerentes à apuração dos fatos e à aplicação das penalidades cabíveis, sendo o valor respectivo descontado da importância mensal devida à contratada.

7.4. Os serviços serão recebidos definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, no prazo de 10 (dez) dias, contados do recebimento provisório, mediante preenchimento de termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais.

7.4.1. O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

7.5. 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 quanto à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

7.6. 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, bem como não exclui a responsabilidade pela garantia do(s) serviços(s) executado(s) por vícios ou disparidades em relação às especificações estabelecidas, verificadas posteriormente.

7.7. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) gestor e fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos, observado o disposto no art. 117 da Lei Federal nº 14.133, de 2021 e o respectivo regulamento do Decreto Estadual nº 15.938, de 2022.

7.8. Compete ao gestor do contrato o exercício das atribuições descritas no art. 15 do Decreto Estadual nº 15.938, de 2022.

7.9. Compete ao fiscal do contrato o exercício das atribuições descritas no art. 16 do Decreto Estadual nº 15.938, de 2022.

7.10. Os responsáveis pela gestão e fiscalização do contrato serão designados nos termos do art. 6º, 7º e 8º, todos do Decreto Estadual nº 15.938, de 2022.

7.11. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

8. CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:
(listar remuneração por contratada)

8.1.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.2. Percentual de desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: % (..... por cento);

8.3. honorários oferecidos quando a responsabilidade da licitante se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, de acordo com item 3.6.2. das Normas Padrão:% (.....) por cento.

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

8.4. honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes 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, exclusivamente quando a sua distribuição e impulsionamento não proporcionar o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 (art. 11):% (.....por cento)

8.5. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.6. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, ou de seus representantes, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem

cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

8.7. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este Contrato.

8.8. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da **CONTRATANTE**, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

9. CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2. A CONTRATADA reverterá a CONTRATANTE o “desconto padrão de agência” a que fizer jus, conforme o estabelecido no ANEXO “B” – Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios do item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão.(A DEPENDER VALOR DA CONTRATAÇÃO

9.3. Os frutos dos planos de incentivos eventualmente concedidos pelos veículos de divulgação, para todos os fins de direito, constituem receita própria da CONTRATADA, nos termos do disposto no art. 18 da Lei n.º 12.232/10.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. A CONTRATADA cede a CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste Contrato, ressalvados os direitos de terceiros.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula 8 (oito) deste Contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos.

10.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos nos termos da Lei nº 9.610/1998, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento, Contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta acessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso.

10.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

10.4.1. Que a CONTRATANTE poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em Betacam e Pen drive/HD externo, mediante ajuste dos custos envolvidos.

10.4.2. A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência deste Contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - PAGAMENTO

11.1. O pagamento, decorrente do fornecimento do objeto do Contrato, será efetuado mediante crédito em conta corrente, no prazo de até 30 (trinta) dias, contados da liquidação.

11.2. O pagamento será efetuado mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela CONTRATADA, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da CONTRATANTE, a/c (aos cuidados) da CONTRATADA, acompanhadas do CERCA, certidões, comprovantes dos serviços realizados

e serviço de checagem, os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.2.1. Caso se constate erro ou irregularidade na nota fiscal/fatura, a Contratante, a seu critério, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida, nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal, não acarretando qualquer ônus para a Contratante.

11.2.2. Na hipótese de devolução, a nota fiscal/fatura será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.3. O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a CONTRATADA informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, seguindo os seguintes prazos:

11.3.1. Veiculação: após o término da veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e dos veículos; demonstrativos de despesas (resumo/estimativa de custo), tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação e do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.18.

11.3.1.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede de mídia, além das providências previstas no subitem 11.3.1., a **CONTRATADA** deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.3.1.2. É da responsabilidade da **CONTRATADA** observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à **CONTRATANTE**.

11.3.1.3. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

11.3.2. Produção: após entrega do material produzido, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e dos fornecedores, demonstrativos de despesas (resumo/estimativa de custo), respectivos comprovantes (dois de cada) e protocolo de recebimento assinado pelo órgão/secretaria que solicitou o serviço;

11.3.3. Outros serviços realizados por terceiros: nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e dos fornecedores e respectivos documentos e comprovantes.

11.4. Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados a Contratante, com antecedência mínima de 07(sete) dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº/2025 e a manifestação de aceitação do gestor contratual.

11.5. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.5.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.6. A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

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

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

11.7.2. A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

11.8. No tocante à veiculação, além do previsto no subitem 11.3.1, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, **sem ônus para a CONTRATANTE**, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.32, perante a **CONTRATANTE**, a impossibilidade de fazê-lo.

11.9. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.32, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a **CONTRATADA** poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a **CONTRATADA** poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas

do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto dos veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens

11.9.1. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.9 serão estabelecidas formalmente pela **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.10. REAJUSTE

11.10.1. Tendo em vista as características da presente contratação não existirá a previsão de reajuste visto que os preços acordados estão definidos em percentuais de honorários sobre os serviços prestados por terceiros, estes serviços, naturalmente, já estarão com valores atuais, ou seja, reajustados.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1. A contratada será responsabilizada administrativamente pelas infrações descritas neste contrato.

12.1.1. A disciplina das infrações cometidas no procedimento licitatório deve observar o disposto no item 28 do Edital.

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

12.2.1. der causa à inexecução parcial do contrato;

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

12.2.3. der causa à inexecução total do contrato;

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

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

12.2.6. praticar ato fraudulento na execução do contrato;

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

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

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

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

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

Sanção de Multa

12.4. Será aplicada MULTA MORATÓRIA nas hipóteses de atraso injustificado na execução do contrato, na seguinte forma:

12.4.1. de 2% (dois por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;

12.4.2. de 1% (um por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor total do contrato, até o máximo de 30% (trinta por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.

12.4.3. O atraso superior a 90 (noventa) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

12.5. A MULTA COMPENSATÓRIA será aplicada nas hipóteses de descumprimento de obrigações contratuais ou nos casos decorrentes de atos praticados no procedimento licitatório, por qualquer das infrações administrativas previstas no art. 155 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, sendo estabelecida em razão do grau de importância da obrigação desatendida, objetivando-se a compensação das eventuais perdas nas quais a Administração tenha incorrido, nos percentuais estabelecidos no Decreto nº 16.189, de 17 de maio de 2023:

Infração (Subitens)	Percentual da multa
12.2.1.	20% (vinte por cento) sobre o valor da parcela do objeto não executada
12.2.2. 12.2.3. 12.2.4. 12.2.5. 12.2.6.	de 20% (vinte por cento) a 30% (trinta por cento) sobre o valor contratado

12.2.7.	
12.2.8.	
12.2.9.	

12.5.1. Na hipótese do subitem 12.2.1, a sanção de multa compensatória poderá atingir o percentual de até 30% (trinta por cento) sobre o valor da parcela do objeto não executada, nas hipóteses de que trata o § 1º do art. 35 do Decreto nº 16.189, de 2023.

12.6. As penalidades de multa moratória e multa compensatória não serão cumuladas.

12.7. A multa moratória poderá ser convertida em multa compensatória, observado o disposto no art. 162 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

12.8. Quaisquer multas aplicadas deverão ser recolhidas junto ao órgão competente, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados de sua publicação no Diário Oficial do Estado de Mato Grosso do Sul, podendo, ainda, ser descontadas de qualquer fatura ou crédito existente, a critério da licitante.

12.9. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor de pagamento eventualmente devido pela Administração ao contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

Sanção de impedimento de licitar e contratar

12.10. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável, em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4, 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 com o Estado de Mato Grosso do Sul, pelo prazo máximo de 3 (três) anos, obedecida a seguinte gradação, definida no Decreto nº 16.189, de 2023:

Infração (Subitens)	Pena
12.2.2.	impedimento pelo período de até dois anos
12.2.3.	impedimento pelo período de até três anos
12.2.4.	impedimento pelo período de até um ano

Sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar

12.11. A sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar será aplicada ao responsável, em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 12.2.5, 12.2.6, 12.2.7 e 12.2.8, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos, obedecida a seguinte gradação, definida no Decreto 16.189, de 2023:

Infração (Subitens)	Pena
12.2.5.	declaração de inidoneidade de até cinco anos
12.2.6.	declaração de inidoneidade de até seis anos

12.12. Será aplicada a sanção de que trata o subitem 12.11 nas infrações administrativas previstas nos itens 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar.

Da Aplicação e do Cômputo da Sanção

12.13. Os aspectos relacionados à aplicação da sanção, tais como a dosimetria, a cumulação, o cometimento de mais de uma infração em uma mesma licitação ou relação contratual e a soma de diversas sanções aplicadas a uma mesma empresa e derivadas de licitações e contratos distintos, deverão observar o disposto arts. 34 a 38 do Decreto nº 16.189, de 2023.

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

Processo Administrativo Sancionador

12.15. O procedimento para aplicação das sanções seguirá o disposto no Capítulo III do Decreto nº Decreto 16.189, de 2023.

▮

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – RESCISÃO

13.1. O contrato pode 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, assegurados o contraditório e a ampla defesa e observado o dispostos nos artigos 138 e 139 da mesma Lei.

13.2. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente Contrato.

13.3. Em caso de cisão, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outras agências de propaganda, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente Contrato.

13.4. A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos, ressalvando-se os créditos de titularidade de terceiros, porventura existentes.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

14.1 As partes se comprometem a proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, relativos ao tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, nos termos da Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD (Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018).

14.1.1 O tratamento de dados pessoais dar-se-á de acordo com as bases legais previstas nas hipóteses dos artigos 7º, 11 e/ou 14 da Lei 13.709/2018 às quais se submeterão os serviços, e para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular.

14.2. A CONTRATADA obriga-se ao dever de proteção, confidencialidade, sigilo de toda informação, dados pessoais e base de dados a que tiver acesso, nos termos da LGPD, suas alterações e regulamentações posteriores, durante o cumprimento do objeto descrito no instrumento contratual.

14.2.1. A CONTRATADA não poderá se utilizar de informação, dados pessoais ou base de dados a que tenham acesso, para fins distintos da execução dos serviços especificados no instrumento contratual.

14.2.2. Em caso de necessidade de coleta de dados pessoais dos titulares mediante consentimento, indispensáveis à própria prestação do serviço, esta será realizada após prévia aprovação do ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL, responsabilizando-se a CONTRATADA pela obtenção e gestão.

14.3. A CONTRATADA obriga-se a implementar medidas técnicas e administrativas aptas a promover a segurança, a proteção, a confidencialidade e o sigilo de toda informação, dados pessoais e/ou base de dados que tenha acesso, a fim de evitar acessos não autorizados, acidentes, vazamentos acidentais ou ilícitos que causem destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer outra forma de tratamento inadequado ou ilícito; tudo isso de forma

a reduzir o risco ao qual o objeto do contrato ou o ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL está exposto.

14.4. A CONTRATADA deverá manter os registros de tratamento de dados pessoais que realizar, assim como aqueles compartilhados, com condições de rastreabilidade e de prova eletrônica a qualquer tempo.

14.4.1. A CONTRATADA deverá permitir a realização de auditorias do ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL e disponibilizar toda a informação necessária para demonstrar o cumprimento das obrigações relacionadas à sistemática de proteção de dados.

14.4.2. A CONTRATADA deverá apresentar ao ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL, sempre que solicitado, toda e qualquer informação e documentação que comprovem a implementação dos requisitos de segurança especificados na contratação, de forma a assegurar a auditabilidade do objeto contratado, bem como os demais dispositivos legais aplicáveis.

14.5. A CONTRATADA se responsabilizará por assegurar que todos os seus colaboradores, consultores, e/ou prestadores de serviços que, no exercício das suas atividades, tenham acesso e/ou conhecimento da informação e/ou dos dados pessoais, respeitem o dever de proteção, confidencialidade e sigilo, devendo estes assumir compromisso formal de preservar a confidencialidade e segurança de tais dados, documentos que devem estar disponíveis em caráter permanente para exibição ao ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL, mediante solicitação.

14.5.1. A CONTRATADA deverá promover a revogação de todos os privilégios de acesso aos sistemas, informações e recursos do ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL, em caso de desligamento de funcionário das atividades inerentes à execução do presente Contrato.

14.6. A CONTRATADA não poderá disponibilizar ou transmitir a terceiros, sem prévia autorização por escrito, informação, dados pessoais ou base de dados a que tenha acesso em razão do cumprimento do objeto deste instrumento contratual.

14.6.1. Caso autorizada transmissão de dados pela CONTRATADA a terceiros, as informações fornecidas/compartilhadas devem se limitar ao estritamente necessário para o fiel desempenho da execução do instrumento contratual.

14.7. A CONTRATADA deverá adotar planos de resposta a incidentes de segurança eventualmente ocorridos durante o tratamento dos dados coletados para a execução das finalidades deste contrato, bem como dispor de mecanismos que possibilitem a sua remediação, de modo a evitar ou minimizar eventuais danos aos titulares dos dados.

14.8. A CONTRATADA deverá comunicar formalmente e de imediato ao ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL a ocorrência de qualquer risco, ameaça ou incidente de segurança

que possa acarretar comprometimento ou dano potencial ou efetivo a Titular de dados pessoais, evitando atrasos por conta de verificações ou inspeções.

14.8.1. A comunicação acima mencionada não eximirá a CONTRATADA das obrigações, e/ou sanções que possam incidir em razão da perda de informação, dados pessoais e/ou base de dados.

14.9. Encerrada a vigência do contrato ou após a satisfação da finalidade pretendida, a CONTRATADA interromperá o tratamento dos dados pessoais disponibilizados pelo ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL e, em no máximo trinta dias, sob instruções e na medida do determinado por este, eliminará completamente os Dados Pessoais e todas as cópias porventura existentes (seja em formato digital ou físico), salvo quando a CONTRATADA tenha que manter os dados para cumprimento de obrigação legal.

14.10. A CONTRATADA ficará obrigada a assumir total responsabilidade e ressarcimento por todo e qualquer dano e/ou prejuízo sofrido incluindo sanções aplicadas pela autoridade nacional decorrentes de tratamento inadequado dos dados pessoais compartilhados pelo ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL para as finalidades pretendidas neste contrato.

14.11. A CONTRATADA ficará obrigada a assumir total responsabilidade pelos danos patrimoniais, morais, individuais ou coletivos que venham a ser causados em razão do descumprimento de suas obrigações legais no processo de tratamento dos dados compartilhados pelo ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL.

14.11.1. Eventuais responsabilidades serão apuradas de acordo com o que dispõe a Seção III, Capítulo VI da LGPD.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA COMPROVAÇÃO DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE

15.1. A CONTRATADA deverá comprovar a implantação do programa de integridade, no prazo de 06 (seis) meses, contados da celebração do contrato, conforme previsto no art. 4º da lei Estadual n. 6.134/2023 e na forma estabelecida pelo Decreto Estadual n. 16.490/2024, exclusivamente para o lote 04.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Autorregulamentação Publicitária, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

16.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Estado, às suas expensas, na forma prevista no art. 89 e art. 94, da Lei nº 14.133/2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011.

16.3. O presente Contrato poderá ser denunciado e, em consequência, encerrado unilateralmente pela CONTRATANTE, após decorridos 30 (trinta) dias de sua vigência, mediante notificação por escrito à CONTRATADA, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias.

16.4. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

16.5. A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste Contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente - não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

16.6. Os casos omissos relacionados a este Contrato regular-se-ão pelos preceitos de Direito Público, aplicando-lhes, supletivamente, os princípios da teoria geral dos Contratos e as disposições de Direito Privado, na forma dos artigos. 89 e 92, inciso III, da Lei n.º 14.133, de 2021, bem como a legislação indicada no preâmbulo do presente Contrato.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - FORO

17.1 As questões decorrentes da execução deste Contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro de Campo Grande, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justas e acordadas, assinam o presente Contrato em duas vias de igual teor e forma.

Campo Grande, MS, ____ de _____ de 2025

CONTRATADAS

TESTEMUNHAS:

1. _____

2. _____