



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

**CONCORRÊNCIA Nº 90001/2024
PROCESSO Nº 1.00.000.001175/2024-64**

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



**Procuradoria
Geral da
República**

SAF Sul, Quadra 4, Conjunto C - CEP 70050-900 - Brasília-DF
Tel. (61) 3105-5860 - pgr-licitacao@mpf.mp.br



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

S U M Á R I O

Edital

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

Os Anexos fazem parte do Edital

Anexos

Anexo I – Termo de Referência

ANEXO A - BRIEFING

ANEXO B - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

ANEXO C - TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

ANEXO D - DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSES

APÊNDICE – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Anexo II - Modelo de Procuração

Anexo III - Minuta de Contrato

Anexo IV – Declaração de Regularidade

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 90001/2024

SEÇÃO 1 - DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 O MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, doravante denominado ANUNCIANTE, por intermédio da COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS, neste ato representada pela Comissão de Contratação designada pela Portaria SA/SG nº 212 de 20 de setembro de 2023, torna público aos interessados que realizará concorrência, do tipo Melhor Técnica e Preço, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

1.2.1 Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto nº 6.555/2008, o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002 e as disposições deste Edital.

SEÇÃO 2 - OBJETO

2.1 O objeto desta concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, para atender o MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

2.2 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 dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

publicitárias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.2.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.2, 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, ou informar e orientar o público em geral.

2.2.2 O planejamento, previsto no subitem 2.2, 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.

2.2.3 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.2 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.

2.2.4 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.2 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de pesquisa de opinião pública, de relações-públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.2.4.1 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.

2.3 Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, LICITANTE OU CONTRATADA.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

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

SEÇÃO 3 - VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em R\$ R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) por ano

3.2 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral da União, mediante a seguinte dotação:

- a) Plano de Trabalho: 172234;
- b) Plano Interno: PUBLICIDAD2;
- c) Fonte: 0100000000;
- d) Natureza da Despesa: 3.3.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica.

3.3 A contratação refere-se a despesas ordinárias e rotineiras da administração, já previstas no orçamento e destinadas à manutenção das ações governamentais preexistentes, dispensam-se as exigências previstas nos incisos I e II do art. 16 da Lei Complementar nº 101, de 2000.

3.4 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 1.4133/2021

3.5 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.

3.5.1 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.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

3.5.2 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.

SEÇÃO 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 concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

b1) ressalvados os casos que a agência esteja amparada por certidão emitida pela instância judicial competente, que certifique sua aptidão econômica e financeira para participar de procedimento licitatório nos termos do Acórdão 1201/2020 TCU.

c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;

f) que estejam reunidas em consórcio; ou

g) que atuem sem fins lucrativos.

h) que tenham em seu quadro societário cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, e/ou pessoa que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com membros ocupantes de cargos de direção ou no exercício de funções



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

administrativas, agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato

- i) Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;
- j) empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

4.2.1 Para a análise das condições de participação dos 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, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep) 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 e no Art. 91, §4º da Lei 14.133/2021.

a) Cadastro Unificado de Fornecedores do Governo Federal – SICAF;

b) Cadastro Nacional de empresas inidôneas e suspensas – CEIS da Controladoria Geral da União (<http://www.portaltransparencia.gov.br/ceis/>);

c) Cadastro de Licitantes Inidôneos do Tribunal de Contas da União (<http://portal2.tcu.gov.br/portal/page/portal/TCU/comunidades/responsabilizacao/arquivos/Inidoneos.html>);

d) Cadastro de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa do Conselho Nacional de Justiça (http://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php);

4.2.2 Não será permitida a participação de pessoas físicas no certame

4.3 Nenhum LICITANTE poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

4.4 A participação nesta concorrência implica, tacitamente, para o 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



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.5 O 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.

SEÇÃO 5 - RETIRADA DO EDITAL

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

a) www.gov.br/pncp

b) www.transparencia.mpf.mp.br

5.2 O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial da União e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

SEÇÃO 6 - ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante peticionamento eletrônico

6.2 O LICITANTE interessado, deverá realizar cadastro para solicitação de Senha e Login, no portal “Peticionamento Eletrônico do MPF”. Site: <https://apps.mpf.mp.br/spe/login>.

6.2.2 Este cadastramento deverá ser realizado por pessoa física, representante ou preposto do LICITANTE.

6.3 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão de Contratação em até 03 (três) dias úteis.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

6.3.1 Os pedidos de esclarecimentos respondidos serão divulgados exclusivamente na internet, www.transparencia.mpf.mp.br sem identificação do LICITANTE consulente e de seu representante.

6.3.2 O 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).

6.4 Aos LICITANTES interessados cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.5 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.

SEÇÃO 7 - IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado eletronicamente mediante peticionamento eletrônico.

7.2 O LICITANTE interessado, deverá realizar cadastro para solicitação de Senha e Login, no portal “Peticionamento Eletrônico do MPF”. Site: <https://apps.mpf.mp.br/spe/login>.

7.2.2 Este cadastramento deverá ser realizado por pessoa física, representante ou preposto do LICITANTE.

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

7.4 A impugnação feita tempestivamente pelo LICITANTE não o 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 § 4º do art. 170, da Lei nº 14.133/2021.

7.5.1 As impugnações respondidas serão divulgadas exclusivamente na internet,



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

www.transparencia.mpf.mp.br sem identificação do LICITANTE impugnante e de seu representante.

7.5.2 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).

7.5.3 Aos LICITANTES interessados cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das impugnações referentes a este Edital.

SEÇÃO 8 - CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1 Para participar deste certame, o representante do LICITANTE apresentará à Comissão de Contratação documento que o credencie, acompanhado de 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 fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório eletrônico.

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 do 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



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.2 Os LICITANTES deverão apresentar DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE (**Anexo IV**), como condição obrigatória de participação na licitação.

8.3 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.

8.4 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.

8.5 Caso o 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.

SEÇÃO 9 - RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1 As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação dos LICITANTES deverão ser entregues à Comissão de Contratação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, 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:

a) dia: 09/12/2024

b) hora: às 10 h

c) local: SAF Sul, Quadra 4, Conjunto C, Procuradoria-Geral da República, Bloco A, sala do Conselho Superior do Ministério Público

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



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

horário a serem designados pela Comissão de Contratação.

9.4 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

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.

SEÇÃO 10 - ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação condicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

10.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar condicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata os subitens 5.2 e 5.3 do Termo de Referência (**Anexo I**)

10.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver condicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS na SAF Sul, Quadra 4, Conjunto C, Procuradoria-Geral da República, Bloco B, sala 202, de segunda a sexta-feira, das 09 h às 16 h.

10.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, 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 do LICITANTE;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação do LICITANTE.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Invólucro nº 2

10.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 5.4 do Termo de Referência (**Anexo I**)

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 01 /2024 – Procuradoria-Geral da República

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 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 5.5, 5.6 e 5.7 do Termo de Referência (**Anexo I**).

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 Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01 /2024 – Procuradoria-Geral da República

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



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

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.

SEÇÃO 11 - APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

Conforme seção 5 do Termo de Referência (**Anexo I**)

SEÇÃO 12 - JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Conforme seção 6 do Termo de Referência (**Anexo I**)

SEÇÃO 13 - ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

13.1 No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

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 xx/2024 – Procuradoria-Geral da República

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.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

SEÇÃO 14 - APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

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

a) percentual de desconto **inferior a 40% (quarenta por cento) e superior a 99% a ser concedido ao ANUNCIANTE**, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965

b) percentual de honorários **superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários **superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos pertinentes ao objeto do contrato;

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



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários **superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%**, incidentes sobre os preços 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, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

e) percentual de honorários **superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%**, incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelos LICITANTES, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.3 Para fins do disposto no inciso III, da letra C, do subitem 14.2, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

14.4 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de no mínimo 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

14.4.1 Caso o LICITANTE fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.4 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 ele diligência nos termos do art. 64 e seus incisos, da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.4.1.1 O 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



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

desclassificado.

SEÇÃO 15 - JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

Conforme seção 8 do Termo de Referência (**Anexo I**)

SEÇÃO 16 - JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

Conforme seção 9 do Termo de Referência (**Anexo I**)

SEÇÃO 17 - ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

17.1.1 O LICITANTE classificado que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijado do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.2 deste Edital.

Invólucro nº 5

17.1.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, 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 01/ 2024 – Procuradoria-Geral da República

17.1.3 O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pelo LICITANTE e poderá ser constituído



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

SEÇÃO 18 - APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1 Os documentos de habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal do LICITANTE e ser apresentados:

- a) em via original; ou
- b) sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado;

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

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

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

18.3.1 Habilitação Jurídica

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

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

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



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

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

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

f) Sociedade cooperativa: ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito 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 1971.

g) Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva

18.3.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) A inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) A inscrição no cadastro de contribuintes municipal/distrital, relativo ao domicílio ou sede do LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) A regularidade perante a Fazenda federal, municipal/distrital do domicílio ou sede do LICITANTE, ou outra equivalente, na forma da lei;

d) A regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

e) A regularidade perante a Justiça do Trabalho;

f) Estes documentos poderão ser substituídos ou supridos, no todo ou em parte, por outros meios hábeis a comprovar a regularidade do LICITANTE, inclusive por meio eletrônico.

18.3.2.1 Será considerado em situação regular o LICITANTE cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

18.3.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.3.2.3 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

18.3.3 Qualificação Técnica:

18.3.3.1 O LICITANTE deverá apresentar atestado(s) de capacidade técnica emitido(s) por instituição pública ou privada que comprove ter prestado ou estar prestando satisfatoriamente o serviço de planejamento, criação, produção, divulgação e avaliação de pelo menos uma campanha publicitária nacional.

18.3.3.2 O LICITANTE deverá apresentar declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que o LICITANTE prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias perante públicos de interesse.

18.3.3.3 O LICITANTE deverá apresentar 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;

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

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

18.3.4 Qualificação Econômico-financeira

18.3.4.1 O LICITANTE deverá apresentar certidão negativa de falência ou recuperação judicial emitida pela instância judicial competente;

a) Caso o LICITANTE apresente-se em recuperação judicial, deverá apresentar certidão emitida pela instância judicial competente afirmando que a interessada está apta econômica e financeiramente a participar de procedimento licitatório, conforme termos do Acórdão 1201/2020



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

TCU.

b) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos documentos de habilitação;

c) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

18.3.4.2 O LICITANTE deverá apresentar balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais;

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

b) no caso de empresa constituída no exercício social vigente, admite-se a apresentação de balanço patrimonial e demonstrações contábeis referentes ao período de existência da sociedade;

18.3.4.3 O LICITANTE deverá comprovar boa situação financeira da empresa mediante obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um), obtidos pela aplicação das seguintes fórmulas:

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$

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

18.3.5 Declarações

18.3.5.1 O LICITANTE deverá apresentar declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

À

Comissão de Contratação

Referente Concorrência nº XX / 2024

<nome do LICITANTE>, inscrito 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 do LICITANTE>

18.3.5.2 O LICITANTE de verá apresentar declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

À

Comissão de Contratação



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Referente Concorrência nº XX / 2024

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pelo <nome do 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 pelo <nome do 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>



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

<representante legal do LICITANTE>

18.4 Todos os documentos deverão estar em nome do LICITANTE. Se o 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.

18.5 O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 87 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relativos à qualificação jurídica, fiscal e trabalhista. Nesse caso, o LICITANTE se obriga a declarar ao ANUNCIANTE a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

18.6 O LICITANTE que estiver cadastrado e com a documentação regular no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, disponível no PNCP, apenas deverá apresentar:

- a) qualificação técnica;
- b) declarações firmadas conforme os modelos previstos nesta seção

18.6 Se as informações referentes aos índices relacionados à qualificação técnica não estiverem disponíveis no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, o LICITANTE deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos balanços patrimoniais.

18.7 Ao LICITANTE cadastrado fica facultado a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

SEÇÃO 19 - ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1 A Comissão de Contratação analisará os documentos de habilitação dos LICITANTES classificados no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitados os que atenderem



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

integralmente os requisitos de habilitação exigidos na seção 18 deste Edital.

19.1.1 Para análise dos documentos dos LICITANTES que optaram por realizar sua habilitação, conforme previsto no subitem 18.6, serão realizadas consultas on-line no SICAF, que será impressa sob forma de declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021

19.1.1.1 A declaração referente à situação de cada LICITANTE será assinada pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes dos LICITANTES, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pelo respectivo LICITANTE.

19.1.2 Se nenhum LICITANTE restar habilitado, a Comissão de Contratação reabrirá a fase de habilitação, com nova convocação de todas os LICITANTES classificados, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

SEÇÃO 20 - COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1 Esta concorrência será 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.

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 tenham atuado em uma dessas áreas nos últimos quatro anos, sendo pelo menos um ano de forma ininterrupta em atividades correlacionadas ao objeto desta licitação.

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 e serão indicados pela Secretaria de Comunicação da Procuradoria-Geral da República e art. 10, §1º, Decreto nº 6.555/2010.

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. 10, §3º, Decreto nº 6.555/2010.

20.3.1 Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

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 da União, 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. Art. 10, §9º, Lei nº 12.232/2010 e art. 10, §8º, Decreto nº 6.555/2010.

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., §1º, Lei nº 12.232/2010 e art. 10, §1º, Decreto nº 6.555/2010.

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



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

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 atingir as finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, *caput*, da Lei 14.1331/2021.

20.4.1 Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo eletrônico 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;



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

- 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 Especial ou Permanente de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

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 dos 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 de Contratação, 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

1. 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 nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelos LICITANTES participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

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 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 de Contratação.

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



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

SEÇÃO 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 da União 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 pelos LICITANTES.

SEÇÃO 22 - RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis mediante peticionamento eletrônico

22.2 O LICITANTE interessado, deverá realizar cadastro para solicitação de Senha e Login, no portal “Peticionamento Eletrônico do MPF”. Site: <https://apps.mpf.mp.br/spe/login>.

22.2.1 Este cadastramento deverá ser realizado por pessoa física, representante ou preposto do LICITANTE.

22.3 Interposto o recurso, o fato será comunicado aos demais LICITANTES, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

22.4 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao Secretário de Administração do MPF, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

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



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

22.6 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, mediante solicitação no portal de serviços do MPF: <https://www.mpf.mp.br/mpfservicos>

22.7 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de LICITANTE e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de contratação, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

SEÇÃO 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 dos 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 dos LICITANTES classificados 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 ao vencedor, cabendo a



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

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 dos 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 os representantes dos LICITANTES, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

23.2.1 O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, 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;



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

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.

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 do mesmo 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, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes dos LICITANTES, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que os LICITANTES serão convocados 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 dos 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, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada 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, a Comissão de Contratação ou os representantes dos 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 o LICITANTE e ficará de posse



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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 dos 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, os 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 Se os LICITANTES estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.6 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma da seção 21, abrindo-se o prazo de 03 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

23.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer LICITANTE de recorrer das decisões da Comissão de Contratação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma da seção 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto na seção 22 deste Edital.

23.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, 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), acompanhados dos questionamentos dos LICITANTES relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) dos LICITANTES, de acordo com os critérios especificados neste Edital;



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, 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) dos LICITANTES;

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

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, 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.

23.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas ‘b’ e ‘c’ do subitem 6.6 do Termo de Referência, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.6.2 O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea ‘a’ do subitem 6.6 do Termo de Referência, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação do LICITANTE, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.7 As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 23.2.6 conterão 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



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

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 os LICITANTES, na forma da seção 21, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes dos LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) dos LICITANTES, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma da seção 21, com a indicação dos LICITANTES classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na seção 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



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

23.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará os LICITANTES classificados no julgamento técnico, na forma da seção 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes dos LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes dos LICITANTES presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes dos LICITANTES, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelos LICITANTES, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos da seção 8 do Termo de Referência e dar conhecimento do resultado aos representantes dos LICITANTES presentes;
- h) declarar vencedor do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, o LICITANTE que tenha obtido maior pontuação final nos termos da seção 9 do Termo de Referência
- i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma da seção 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na seção 22 deste Edital.

Quarta Sessão

23.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará os LICITANTES classificados no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma da seção 21, para



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes dos LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelos LICITANTES, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 dos LICITANTES em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes dos LICITANTES presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes dos LICITANTES, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma da seção 21, com a indicação dos LICITANTES habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;
- g) informar que será publicado, na forma da seção 21, o nome do LICITANTE vencedor desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

SEÇÃO 24 - HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto ao LICITANTE vencedor, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

24.2 Será vencedor desta concorrência o LICITANTE que tenha obtido maior pontuação final e



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

tenha sido habilitado, observadas as disposições da seção 19 deste Edital.

SEÇÃO 25 - CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1 O LICITANTE vencedor terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo III deste Edital.

25.1.1 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelo LICITANTE vencedor.

25.1.1.1 Se o LICITANTE vencedor não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar os LICITANTES remanescentes, obedecida a ordem de classificação da pontuação final, e verificação da sua habilitação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para o LICITANTE que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no § 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

25.1.2 Para assinatura do contrato, o LICITANTE vencedor deverá apresentar declaração de inexistência de contrato vigente que possa gerar conflito de interesses com as atividades finalísticas do ANUNCIANTE, conforme modelo abaixo:

Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses

A **CONTRATADA**, inscrita no CNPJ sob o nº __XX__/_/XXXX-X, por intermédio de seu representante legal, Sr....., portador do CPF nº, em atendimento ao subitem **25.1.2** do Edital de Licitação n.º /XXXX e ao subitem **5.1.29.2** do Contrato n.º /____, formalizado com a **CONTRATANTE**, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro que:

I – Não exerce ou não exercerá, direta ou indiretamente, atividade que implique na prestação de



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

serviços ou relação de negócios com pessoa jurídica, durante a vigência do contrato, que tenha objetivos conflitantes com os interesses ou com as atividades finalísticas **da CONTRATANTE**; e

II – Não pratica ou não praticará ato que comprometa o interesse público, em benefício de pessoa física que tenha objetivos conflitante com as atividades finalísticas da **CONTRATANTE**, durante a execução contratual, seja na condição de cônjuge, companheiro ou parente, consanguíneo ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, dos sócios ou dirigentes da **CONTRATADA**.

[Local], __ de _____ de xxxx

<representante legal da CONTRATADA>

25.2 Antes da celebração dos contratos, o ANUNCIANTE efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, 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, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

25.3 A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

25.4 A contratada se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

25.5 Se o LICITANTE vencedor escolher o seguro-garantia como forma de caução, fica



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

estabelecido o prazo mínimo de 30 dias contados da data de homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato para apresentação deste tipo de garantia

SEÇÃO 26 - GARANTIA DE EXECUÇÃO

26.1 As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (**ANEXO III**).

SEÇÃO 27 - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

27.1 As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas nas Cláusulas Décima e Décima Primeira da Minuta de Contrato (**ANEXO III**) deste Edital, conforme o Art.89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

SEÇÃO 28 - FISCALIZAÇÃO

28.1 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 seção 13 do Termo de Referência (**Anexo I**).

SEÇÃO 29 - REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1 A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato (**Anexo III**)



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

29.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula oitava da Minuta de Contrato (**Anexo III**).

SEÇÃO 30 - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

30.1.1. 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;

30.1.2. Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta

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

30.1.4 apresentar declaração ou documentação falsa no certame ou prestar declaração falsa durante a licitação

30.1.5 fraudar a licitação

30.1.6 comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza

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

30.1.8 praticar ato lesivo previsto no [art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013](#).

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

30.2.1. advertência;

30.2.2. multa;

30.2.3. impedimento de licitar e contratar e

30.2.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

30.3. Na aplicação das sanções serão considerados:

30.3.1. a natureza e a gravidade da infração cometida.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

30.3.2. as peculiaridades do caso concreto

30.3.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes

30.3.4. os danos que dela provierem para a Administração Pública

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

30.3.6. critérios, circunstâncias e procedimentos para a dosimetria previstos na portaria PGR/MPU nº 178, de 13/09/23.

30.4. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o orçamento estimado da licitação (R\$ 800.000,00), recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, a contar da comunicação oficial.

30.4.1. Para as infrações previstas nos itens 30.1.1, 30.1.2 e 30.1.3, a multa será de 15 % do orçamento estimado da licitação (R\$ 800.000,00).

30.4.2. Para as infrações previstas nos itens 30.1.4, 30.1.5, 30.1.6, 30.1.7, 30.1.8, a multa será de 30% do orçamento estimado da licitação (R\$ 800.000,00).

30.5. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 30.1.1, 30.1.2 e 30.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

30.6. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 30.1.4, 30.1.5, 30.1.6, 30.1.7 e 30.1.8, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 30.1.1, 30.1.2 e 30.1.3 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no [art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021](#).

30.7 A apuração das infrações administrativas e a aplicação das respectivas sanções observará o devido processo formal definido na Lei 14.133/21 e na Portaria PGR/MPU Nº 178, de 13 de setembro de 2023



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

30.8 A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo de cinco dias úteis, caracterizará a infração do art. 155, VI da Lei 14.133/2021, sendo aplicada a sanção cominada na mesma lei.

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

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

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

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

30.13. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos no art. 159 da referida Lei nº 14.133, de 2021 e de acordo com a Portaria PGR/MPU nº 69, de 28 de abril de 2023, que regulamenta, no âmbito do Ministério Público da União, a Lei nº 12.846, de 2013.

30.14. A personalidade jurídica do LICITANTE poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos nesta licitação ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o LICITANTE, observados, em todos os casos, o



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia, nos termos previstos no art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021, e de acordo com a Portaria PGR/MPU nº 69, de 28 de abril de 2023, que regulamenta, no âmbito do Ministério Público da União, a Lei nº 12.846, de 2013.

30.15. As sanções referentes à contratação estão dispostas na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato (**Anexo III**)

SEÇÃO 31 -DISPOSIÇÕES FINAIS

31.1 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 ou dos Documentos de Habilitação.

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

31.3 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 31.1 e 31.2 deste Edital.

31.4 Até a assinatura do contrato, o LICITANTE vencedor poderá ser desclassificado ou inabilitado se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

31.4.1 Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de LICITANTE vencedor, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar os LICITANTES remanescentes, obedecida a ordem de classificação pontuação final ou revogar esta concorrência.

31.5 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar os



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

LICITANTES remanescentes, obedecida a ordem de classificação da pontuação final, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concorde e se disponha a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

31.6 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 os LICITANTES.

31.7 Se houver indícios de conluio entre os LICITANTES ou de qualquer outro ato de má-fé, o ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

31.8 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. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021

31.9 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato.

31.10 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.

31.10.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

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

31.11 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



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

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.

31.12 Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

31.13 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal

Brasília, *data conforme assinatura digital*

LEONARDO SANTOS DA COSTA

Coordenador



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA – Nº 09/2024

CONCORRÊNCIA – POR TÉCNICA E PREÇO

Art. 6º, XXXVIII, alínea “c”, Art. 28, II e Art. 186 da Lei nº 14.133/2021

e Art. 5º da Lei nº 12.232/2010

SEÇÃO 1 - DEFINIÇÃO DO OBJETO DA CONTRATAÇÃO

1.1. Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, para atender o Ministério Público Federal, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

1.2. O objeto desta contratação é regido por normativo específico – Lei nº 12.232/2010 – caracterizado como **predominantemente intelectual e contínuo**, conforme justificativa constante no Estudo Técnico Preliminar (ETP), apêndice a este Termo de Referência.

1.3. **Ramo de Atividade predominante da contratação: Grupo: 836** – Serviços de publicidade; **Código do serviço: 892** - Propaganda e publicidade (fonte: catálogo de material compras.gov.br).

1.4. **Quantitativos estimados:** A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer do contrato, conforme justificativa constante no **item 5** do Estudo Técnico Preliminar, apêndice a este Termo de Referência.

Grupo			
Item	Descrição	U.M	Quant.
1	Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, para atender o Ministério Público Federal, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.	Unid.	1

1.5. **Prazo do contrato:** O contrato terá vigência de **24 (vinte e quatro) meses**, contados a partir da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado por até 10 anos, nos termos dos artigos 106 e 107 da



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

Lei nº 14.133/2021.

1.5.1 Os detalhamentos das regras que serão aplicadas em relação à vigência contratual estarão descritos no Termo de Contrato.

1.5.2. Considerando o processo de desenvolvimento de campanhas publicitárias, que engloba o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias perante públicos de interesse, é fundamental garantir um prazo adequado para que a agência contratada possa realizar todas as etapas de forma eficiente e com qualidade. Dessa forma, a indicação de **vigência inicial de 24 meses** se justifica pela complexidade e pelo tempo demandado em cada fase do processo. Além disso, a escolha de um contrato com vigência mais longa promove a economicidade para a Administração, uma vez que reduz a necessidade de procedimentos burocráticos e custos relacionados à realização de prorrogações contratuais a cada período de renovação. Outro aspecto importante é que uma vigência mais longa possibilita à empresa contratada desenvolver estratégias mais consistentes e de longo prazo, sem a pressão de ter que finalizar uma campanha para iniciar outra rapidamente. Isso favorece a elaboração de planos bem fundamentados, contribuindo para a obtenção de resultados melhores nas ações de comunicação e marketing.

SEÇÃO 2 – FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

2.1. A Fundamentação da Contratação encontra-se pormenorizada no **item 1** do ETP, apêndice deste Termo de Referência.

2.2. O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual 2024, conforme detalhamento a seguir:

- ID PCA no SGA: etiqueta nº **PGR-0337/23**;
- Data da última atualização no Portal da Transparência: **19/04/2024**.

2.3. Justificativa da contratação:



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Passadas três décadas da atual configuração do Ministério Público brasileiro, podemos constatar o grande crescimento do Ministério Público Federal (MPF). Cresceu tanto em termos de abrangência quanto de atuação e resultados. Consolidou sua reputação positiva e reconhecimento, em especial pela atuação nas áreas Criminal e de Combate à Corrupção.

O Planejamento Estratégico 2022-2027 determinou como visão institucional: Ser reconhecido como instituição independente, com atuação proativa e resolutiva na defesa do interesse público, no combate à corrupção e à criminalidade e na garantia dos direitos fundamentais e do desenvolvimento econômico e social sustentável. Além disso, um dos objetivos estratégicos é aperfeiçoar a comunicação com o uso de linguagem simples e acessível e ênfase na interatividade e integração.

Como compromisso de auxiliar no alcance da visão do MPF e atingir os objetivos estratégicos, a Secom realiza, desde 2013, campanhas publicitárias voltadas especialmente ao público externo. Com a agência contratada atualmente realizou as campanhas: Ser diferente é Legal, que tinha por objetivo valorizar as diferenças, combater o discurso de ódio e fomentar a tolerância e a cultura de paz; a campanha MPF em Defesa da Sociedade, que buscou explicar a atuação Institucional por meio de linguagem simples e acessível; e uma campanha em defesa das vítimas (em desenvolvimento).

A pesquisa de percepção da imagem institucional do MPF, realizada em 2022, mostra que a grande maioria da população se sente pouco (69,7%) ou nada (19,3%) informada sobre a atuação e competência do MPF. Além disso, o combate à corrupção continua sendo a temática mais lembrada e 30,4% não conseguem projetar imagem alguma ao MPF.

Percebe-se, portanto, que o MPF precisa divulgar melhor sua atuação na área de promoção da cidadania e defesa dos direitos humanos a fim de atingir os objetivos institucionais. É preciso ainda focar em formas de comunicação que permitam à sociedade conhecer o que o MPF tem feito, como chegar até a Instituição tanto para ter auxílio na consecução de seus direitos quanto para auxiliar o MPF a agir na defesa do interesse público. E um dos instrumentos que possibilita isso é a Publicidade, ou seja, a realização de campanhas publicitárias com foco no público externo.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Por isso, o contrato de prestação dos serviços de publicidade é de fundamental importância a fim de auxiliar no atingimento dos objetivos institucionais, consolidar as conquistas obtidas e propiciar o fortalecimento da imagem do MPF perante a sociedade.

2.4. Do alinhamento estratégico:

- A presente contratação encontra-se em consonância com o Planejamento Estratégico Institucional – PEI/MPF para os anos de 2022-2027, instituído por meio da Portaria PGR/MPF nº 1.084, de 19 de dezembro de 2022, principalmente quanto ao atingimento dos seguintes objetivos:
- Objetivo Estratégico 04 (OE04): Fomentar a atuação cooperativa com demais órgãos, instituições e com a sociedade civil;
- Objetivo Estratégico 07 (OE07): Aperfeiçoar a comunicação, com uso de linguagem simples e acessível e ênfase na interatividade e na integração;
- Objetivo Estratégico 09 (OE09): Otimizar a gestão de pessoas, materiais e dados, com foco na eficiência, sustentabilidade e economicidade; e
- Objetivo Estratégico 10 (OE10): Aprimorar os processos de trabalho, conferindo-lhes utilidade e eficiência.

2.5. Enquadramento da contratação:

2.5.1 A contratação fundamenta-se no art. 6º, XXXVIII, alínea “c”, no art. 28, II e no art. 186 da Lei nº 14.133/2021, no art. 5º da Lei nº 12.232/2010 e nas demais normas legais e regulamentares atinentes à matéria.

2.6 Agrupamento do serviço:

2.6.1. A solução não poderá ser parcelada, considerando que o parcelamento apresenta prejuízos ao resultado da contratação como todo, não se mostrando viável técnica e economicamente, conforme justificativa constante do **Item 10** do Estudo Técnico Preliminar apêndice deste Termo de Referência;

2.7 Da participação na Licitação

2.7.1. Não será permitida a participação de pessoas físicas no certame. A restrição fundamenta-se



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

em critérios específicos relacionados à amplitude e complexidade das demandas inerentes ao objeto desta contratação. Dada a natureza estratégica da publicidade institucional, é imprescindível contar com fornecedores que possuam estrutura organizacional e capacidade técnica para atender às variadas exigências desse contexto.

SEÇÃO 3 – DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

3.1. O objeto compreende a contratação de serviços de publicidade por intermédio de uma agência de propaganda que visa atender às demandas do MPF. A execução de ações publicitárias de grande porte demanda uma série de atividades complexas, que somente uma agência especializada pode conduzir com eficácia. A complexidade envolve desde a concepção até a execução de campanhas que comuniquem de maneira efetiva com os diversos públicos de interesse da instituição. Assim, a escolha por uma agência de propaganda se justifica pela expertise necessária para lidar com a amplitude e diversidade de tarefas envolvidas, garantindo a eficácia na entrega das mensagens institucionais.

3.2. Conforme art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o serviço de publicidade compreende 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, a compra de mídia e a distribuição de ações publicitárias perante públicos de interesse, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

3.2.1 Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010.

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

3.3. Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no item 3.2 e subitem 3.2.1, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

3.4. As pesquisas e avaliações previstas no inciso I e subitem 3.2.1 terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

3.4.1. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

3.5. A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada no **item 9** do ETP, **apêndice** a este Termo de Referência.

SEÇÃO 4 – REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1. Os serviços de publicidade - objeto desta contratação - são integrados por atividades 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



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

publicitárias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

4.2. Os requisitos da contratação encontram-se pormenorizada no **item 3** do ETP, apêndice deste Termo de Referência.

4.3. Da Subcontratação

4.3.1. Não é admitida a subcontratação do objeto contratual, salvo os casos de atividades complementares, conforme previsão legal (art. 14, da Lei nº 12.232/10):

4.3.1.1 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos abaixo:

a) O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no **subitem 4.3.1.1** exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

b) No caso da **alínea “a” acima**, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a R\$ 59.906,02 (cinquenta e nove mil, novecentos e seis reais e dois centavos);

4.3.2. Caso ocorra, a CONTRATADA responderá perante a Administração pela parte que subcontratou, conforme previsto no subitem 4.3.1 deste Termo de Referência, devendo observar as disposições a seguir:

a) Coordenar os serviços subcontratados, de modo a proporcionar o atendimento harmonioso, em seu conjunto, permanecendo sob sua responsabilidade o cumprimento das obrigações contratuais;

b) Obter das empresas SUBCONTRATADAS as comprovações quanto a regularidade jurídica, fiscal e trabalhista previstas no Edital;

c) Nos termos do § 1º do art. 122 da Lei nº 14.133/2021, a CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE documentação que comprove a capacidade técnica do subcontratado, que será



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

avaliada pela fiscalização do Contrato;

d) O serviço subcontratado, caso não satisfaça as especificações, será impugnado pela fiscalização, cabendo à CONTRATADA todo o ônus decorrente de sua reexecução direta ou por empresa devidamente qualificada, capacitada e de reconhecida idoneidade;

e) Em qualquer hipótese de subcontratação, permanece a responsabilidade integral da CONTRATADA pela perfeita execução contratual, bem como pela compatibilidade, pelo gerenciamento centralizado e pela qualidade da subcontratação, cabendo-lhe realizar a supervisão e coordenação das atividades da subcontratada. Responderá, também, perante o CONTRATANTE pelo rigoroso cumprimento das obrigações contratuais correspondentes ao objeto da subcontratação;

f) Nos termos do § 3º do art. 122 da Lei nº 14.133/2021, será vedada a subcontratação de pessoa física ou jurídica, se aquela ou os dirigentes desta mantiverem vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do Ministério Público Federal ou com servidor público do MPF que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou se deles forem cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral, ou por afinidade, até o terceiro grau.

4.4. Do Consórcio

4.4.1. Não há necessidade de consórcio devido ao pequeno porte da contratação, a qual pode ser suportada por apenas uma empresa, que poderá contratar serviços especializados de fornecedores para a execução de atividades complementares, conforme estabelece a Lei 12.232/2010.

4.5. Da Garantia Contratual:

4.5.1. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, no percentual de 5% do valor contratual, conforme regras previstas no contrato.

4.5.1.1. A garantia nas modalidades caução e fiança bancária deverá ser prestada em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato.

4.5.1.2. No caso de seguro-garantia sua apresentação deverá ocorrer, no prazo mínimo de 30 (trinta) dias, contado da data de homologação da licitação e anterior à assinatura do



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

contrato.

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

SEÇÃO 5 – DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

5.1. A LICITANTE deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos 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. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

5.2. Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a LICITANTE deverá considerar as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 g/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 5.2.2 deste Termo de Referência;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 5.2.1, 5.2.2 e 5.2.3 deste Termo de Referência;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos; e
- j) sem identificação do CONTRATANTE.

5.2.1. As especificações do subitem 5.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea ‘b’ do subitem 5.3.3 e à indicação prevista no subitem 5.3.3.3.6 deste Termo de Referência.

5.2.2. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 8 e 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 5.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.

5.2.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- c) ter qualquer tipo de formatação de margem; e
- d) ser apresentados em papel A3 dobrado.

5.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

5.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea ‘a’ do subitem 5.2 deste Termo de Referência.

5.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à LICITANTE atentar para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 5.2.2 e no que estiver previsto no Termo de Referência a respeito dos procedimentos licitatórios.

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

5.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 5.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

5.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe aos LICITANTES atentar especialmente para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 5.2.2 deste Termo de Referência. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

5.2.8. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 5.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 5.2, no que couber.

5.3. A LICITANTE deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (ANEXO A¹), observadas as seguintes orientações:

5.3.1. Subquesto I – Raciocínio Básico - apresentação em que a LICITANTE descreverá:

- a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

¹ O Briefing será encaminhado posteriormente, visando preservar o sigilo do conteúdo - núcleo das propostas a serem apresentadas.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

5.3.2. Subquesto II – Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela LICITANTE para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária; e

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

5.3.3. Subquesto III – Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a LICITANTE julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a LICITANTE julgar mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 5.3.3.3 deste Termo de Referência.

5.3.3.1. A descrição mencionada na alínea ‘a’ do subitem 5.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

5.3.3.2. Se a campanha proposta pela LICITANTE prever número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 5.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea ‘a’ do subitem 5.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

5.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea ‘b’ do subitem 5.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

- b) ‘monstro’ ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) ‘boneca’ ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

5.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *pass-partout*, observado o disposto no subitem 5.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

5.3.3.3.2. Na elaboração de ‘monstro’ ou *layout* eletrônico para o meio rádio, poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

5.3.3.3.3. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic*, poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução, não podendo ser inseridas imagens em movimento.

5.3.3.3.4. O ‘monstro’ ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.

5.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do CONTRATANTE, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

5.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independentemente da forma escolhida pelo CONTRATANTE para a apresentação.

5.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 5.3.3 deste Termo de Referência, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

5.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um hot site e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;
- e) um filme e o hot site que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;
- f) um banner e o hot site por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

5.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de hot site a que se refere a alínea 'd' do subitem 5.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

5.3.4. Subquesto IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

- a) estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- c) plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções e demais informações que a LICITANTE considerar relevantes; e
- d) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

ou planilhas.

5.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 5.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

5.3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia; e
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

5.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços; e
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

5.3.4.3.1. Caso o Termo de Referência venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea ‘a’ do subitem



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

5.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

5.4. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada - deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

- a) ter a identificação da LICITANTE;
- b) ser datado; e
- c) estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.5. Quesito 2 – Capacidade de Atendimento: a LICITANTE deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 5.5 não poderá apresentar 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.

5.5.2. Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a LICITANTE deverá apresentar:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos 10 (dez) profissionais abaixo relacionados, que **NÃO** poderão acumular cargos e que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

- b1) 1 (um) diretor-geral: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

no mínimo 3 (três) anos, em gestão de equipes;

b2) 1 (um) diretor de atendimento: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na função;

b3) 1 (um) profissional de atendimento: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em atendimento de publicidade;

b4) 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, em planejamento de comunicação e marketing;

b5) 1 (um) diretor de criação: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na direção de criação publicitária;

b6) 1 (uma) dupla de criação: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, em criação e redação publicitária;

b7) 1 (um) profissional de mídia: possuir formação acadêmica e experiência comprovada de no mínimo 1 (um) ano em planejamento e execução de mídia;

b8) 1 (um) profissional de mídias sociais: possuir formação acadêmica e experiência comprovada de, no mínimo 2 (dois) anos em planejamento e gerenciamento de mídias sociais.

b9) 1 (um) profissional revisor de texto: possuir formação acadêmica em Letras – habilitação em Língua Portuguesa e experiência comprovada de no mínimo 1 (um) ano em revisão técnica de conteúdos informativos, institucionais e publicitários.

c) infraestrutura e instalações da LICITANTE que estarão à disposição do CONTRATANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia off-line e online que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

5.6. Quesito 3 – Repertório: a LICITANTE deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores,



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.6.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente **não** poderão 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.

5.6.2. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela LICITANTE.

5.6.3. A LICITANTE deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

5.6.3.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2018.

5.6.3.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 5.7 ou ser apresentadas soltas.

5.6.3.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 5.6 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

5.6.3.3.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

5.6.4. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da LICITANTE e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

5.6.5. As peças publicitárias não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

5.7 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a LICITANTE deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.7.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente **não** poderão 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.

5.7.2. A LICITANTE deverá apresentar 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 4 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela LICITANTE e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- a) deverá ser elaborado pela LICITANTE, em papel que a identifique;
- b) deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da LICITANTE responsável por sua elaboração;
- c) não pode se referir a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda; e
- d) deverá estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

5.7.2.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio Relato, no qual constarão, além do referendo, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

5.7.2.2. Os Relatos de que trata o subitem 5.7.2 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2018.

5.7.2.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 5.7 ou ser apresentadas soltas;

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 5.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais; e

c) para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

c1) a ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 5.7.2.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 5.7.2 para descrição do Relato.

SEÇÃO 6 – DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

6.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das LICITANTES quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência.

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

6.2.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas LICITANTES em que a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 5 deste Termo de Referência.

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

Quesitos	Pontuação	Pontuação
-----------------	------------------	------------------



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

		Máxima	Máxima
1. Plano de Comunicação Publicitária			
S u b q u e s i t o s	I - Raciocínio Básico	5	60
	II - Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
	III - Ideia Criativa	20	
	IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
2. Capacidade de Atendimento		20	20
3. Repertório		10	10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10	10
Pontuação Total			100

6.2.2.1. Se a LICITANTE não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 5.6.3 e 5.7.2 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas 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 6.2.2 deste Termo de Referência.

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

6.3.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – 60 pontos

6.3.1.1. Subquesito I – Raciocínio Básico – 5 pontos

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação (1 ponto);



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (1 ponto); e

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (3 pontos).

6.3.1.2. Subquesto II – Estratégia de Comunicação Publicitária – 25 pontos

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação (3,5 pontos);

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito (3,5 pontos);

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do CONTRATANTE com seus públicos (4 pontos);

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (5 pontos);

e) a capacidade da LICITANTE de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (5 pontos); e

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial (4 pontos).

6.3.1.3. Subquesto III – Ideia Criativa – 20 pontos

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária (3 pontos);

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do CONTRATANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (3 pontos);

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (3 pontos);

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (2,5 pontos);



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (3 pontos);

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (3 pontos); e

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento (2,5 pontos).

6.3.1.4. Subquesto IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 pontos

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (2 pontos);

b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia (2 pontos);

c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária (2 pontos);

d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia (2 pontos); e

e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência (2 pontos).

6.3.2. Quesito 2 – Capacidade de Atendimento – 20 pontos

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um (2,5 pontos);

b) a experiência dos profissionais da LICITANTE em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CONTRATANTE (10 pontos).

b1) a pontuação final deste subquesto será a média aritmética das pontuações obtidas por cada um dos profissionais da equipe apresentada. Caso o LICITANTE não apresente a equipe mínima exigida, a pontuação deste subquesto será igual a zero.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

Tempo de Experiência	Pontuação
Menos de 1 (um) ano	1
1 (um) ano completo	2
2 (dois) anos completos	4
3 (três) anos completos	8
A partir de 4 (quatro) anos	10

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CONTRATANTE na execução do contrato (2,5 pontos);

d) a funcionalidade e disponibilidade operacional para o relacionamento entre a LICITANTE e o CONTRATANTE (2,5 pontos); e

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia off-line e online que a LICITANTE colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE (2,5 pontos).

6.3.3. Quesito 3 – Repertório – 10 pontos

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (4 pontos);

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (3 pontos); e

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (3 pontos).

6.3.4. Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 pontos

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da LICITANTE na proposição da solução publicitária (2,5 pontos);

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do CONTRATANTE (2,5 pontos);

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (2,5 pontos); e

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela LICITANTE (2,5 pontos).



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

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

6.5. 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Termo de Referência.

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

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

- a) 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;
- b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos; e
- c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

6.7. A **Pontuação Técnica de cada LICITANTE (PTL)** corresponderá à **soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos**: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

6.7.1. 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 9.2.

6.8. Para o sorteio de vaga na Subcomissão Técnica, de membro sem vínculo funcional ou contratual, o CONTRATANTE convidará órgãos federais com sede em Brasília que possuam área



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

de comunicação estruturada para que indiquem profissionais com formação em Comunicação, Publicidade ou Marketing e/ou com experiência na área, que já tenham participado de julgamento em licitação para contratação de agência e publicidade ou do acompanhamento da execução do contrato.

SEÇÃO 7 – DOS PREÇOS

7.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme discriminado abaixo:

7.1.1.% (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peça e ou material cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

7.1.1.1. Os layouts, roteiros e similares reprovados não poderão ser cobrados pela CONTRATADA.

7.1.2. Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

7.1.3. Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

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



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, se for o caso, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e

III - à reimpressão de peças publicitárias.

7.1.3.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

7.1.4. Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, 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, se for o caso cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

7.1.5. Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

7.1.6. Os honorários de que tratam os subitens 7.1.2, 7.1.3, 7.1.4 e 7.1.5 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

7.1.7. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

7.1.8. As formas de remuneração estabelecidas nas cláusulas acima poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

7.1.9. A CONTRATADA **não** fará jus:

7.1.9.1. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

7.1.9.2. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

7.1.9.3. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, 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, se for o caso cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

7.1.9.4. a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

7.2. Da apresentação da proposta de Preços:

7.2.1. A Proposta de Preços deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços constante no **ANEXO B** deste Termo de Referência, a qual deverá ser apresentada em



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.2.2. Os quesitos a serem valorados pelas LICITANTES são os integrantes da Proposta de Preços, ressalvado que, nos termos do art. 59, inciso III da Lei nº 14.133/2021, **não** serão aceitos:

a) percentual de desconto **inferior a 40% (quarenta por cento) e superior a 99%**, a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) percentual de honorários **superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários **superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

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;

III - à reimpressão de peças publicitárias.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

d) percentual de honorários **superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, 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, cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

e) percentual de honorários **superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%**, incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

7.2.3. Para fins do disposto no inciso III, da letra c, do subitem 7.2.2, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

7.2.4. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de no mínimo 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

7.2.4.1. Caso a LICITANTE fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 7.2.4 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 Licitação realizará com ela diligência nos termos do art. 64 e seus incisos, da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

7.2.4.2. A LICITANTE que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com a Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

SEÇÃO 8 – DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

8.1. As Propostas de Preços das LICITANTES classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência.

8.2. 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.

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

8.4. O Percentual Proposto pela LICITANTE (PPL), em cada quesito da Proposta de Preços, nos termos do subitem 7.2.2, será considerado na identificação de suas Pontuações Parciais de Preço (PPPn), da seguinte forma:

PPP1 = $(9\%/PPL) \times (0,75)$: quando se referir ao Menor Percentual de Honorários para o **quesito “b”** do subitem 7.2.2;

PPP2 = $(9\%/PPL) \times (0,75)$: quando se referir ao Menor Percentual de Honorários para o **quesito “c”** do subitem 7.2.2;

PPP3 = $(9\%/PPL) \times (1,50)$: quando se referir ao Menor Percentual de Honorários para o **quesito “d”** do subitem 7.2.2;

PPP4 = $(PPL/40\%) \times (29,50)$ (*resultado deverá ser arredondado para uma casa decimal*): quando se referir ao Maior Percentual de Desconto para o **quesito “a”** do subitem 7.2.2 (MPD);

Sendo PPL = Percentual Proposto pelo LICITANTE no respectivo quesito.

8.5. As Pontuações Parciais de Preço (PPPn) serão consideradas na identificação do Índice de Preços (IP) de cada LICITANTE, no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem 9.3.

SEÇÃO 9 – DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

9.1. No julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão de Contratação observará o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para a licitação do tipo Técnica e Preço, e adotará os seguintes procedimentos:

- I - identificação do Índice Técnico (IT) de cada LICITANTE;
- II - identificação do Índice de Preços (IP) de cada LICITANTE; e
- III - identificação da Pontuação Final (PF) de cada LICITANTE.

9.2. O Índice Técnico (IT) de cada LICITANTE será obtido pela aplicação da fórmula **IT = PTL**, utilizando-se duas casas decimais, em que:

IT = Índice Técnico.

PTL = Pontuação Técnica da LICITANTE, nos termos do **subitem 6.7**.

9.3. O Índice de Preços (IP) de cada LICITANTE será obtido pela aplicação da fórmula **IP = \sum PPPn**, utilizando-se duas casas decimais, em que:

IP = Índice de Preços.

\sum PPPn = Somatório das Pontuações Parciais de Preço de cada quesito, a serem identificadas nos termos do **subitem 8.4**

9.4. A Pontuação Final (PF) de cada LICITANTE será obtida pela aplicação da fórmula **PF = (IT x PT) + (IP x PP)**, utilizando-se duas casas decimais, em que:

PF = Pontuação Final.

IT = Índice Técnico.

PT = Peso Técnico, que corresponde a **70 (setenta)**.

IP = Índice de Preços.

PP = Peso de Preços, que corresponde a **30 (trinta)**.

9.5. Será vencedora da concorrência a LICITANTE que mantenha as condições de participação estabelecidas no Edital e que:

- a) tenha obtido a maior Pontuação Final (PF), nos termos do subitem 9.4; e
- b) tenha sido habilitada, observadas as disposições das seções 18 e 19 do edital



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

SEÇÃO 10 – DESCONTO DE AGÊNCIA

10.1. Além da remuneração prevista no contrato, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, quando houver veiculação paga, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

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

10.1.2. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

SEÇÃO 11 – DIREITOS AUTORAIS E PATRIMONIAIS

11.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência do contrato passam a ser integralmente do CONTRATANTE, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

11.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas no contrato.

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

11.1.3. A juízo do CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos do Ministério Público brasileiro, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

11.1.3.1. 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.

11.2. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a CONTRATADA deverá solicitar, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo CONTRATANTE.

11.2.1. A CONTRATADA deverá utilizar 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 ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pelo CONTRATANTE, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas do reajuste desses serviços estabelecidos no **Item 16** deste Termo de Referência.

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

11.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pelo CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 11.1.17 da minuta do Termo de Contrato.

11.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

a) a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba ao CONTRATANTE qualquer ônus adicional



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

perante os cedentes desses direitos;

b) que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços; e

c) que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

11.5.1. Caso o CONTRATANTE pretenda utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

11.6. O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos do Ministério Público Brasileiro. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente ao CONTRATANTE para aprovação.

SEÇÃO 12 – EXECUÇÃO DO OBJETO

12.1 Forma de execução da contratação: indireta, em regime de empreitada por preço unitário, regida pela Lei nº 12.232/2010, e de forma complementar pelas Leis nº 14.133/21 e nº 4.680/1965.

12.2. Para a execução dos serviços, deverão ser realizadas **reuniões presenciais** com o CONTRATANTE nas dependências da Procuradoria-Geral da República

12.2.1. As reuniões deverão ser realizadas bimestralmente, durante a execução do contrato, bem como no *Briefing*, no lançamento e na avaliação da campanha, em período comercial, das 9h às 19h, mediante agendamento prévio com a Secretaria de Comunicação Social, por meio do e-mail pgr-publicidade@mpf.mp.br e por telefone (61) 3105-5939.

12.2.1.1. As informações de endereço de e-mail e número de telefone poderão ser alteradas e comunicadas à CONTRATADA posteriormente, por meio de comunicado oficial.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

12.3. Deverão, também, ser realizadas **reuniões virtuais** com o CONTRATANTE. Neste caso a CONTRATADA deverá seguir as orientações presentes no seguinte rito para reuniões On-lines:

12.3.1. Convocação da Reunião: O CONTRATANTE enviará um convite formal por e-mail com pelo menos 02 (dois) dias úteis de antecedência, indicando a data, hora e pauta da reunião.

12.3.2. Participação Obrigatória: A CONTRATADA será obrigada a participar das reuniões online convocadas pelo CONTRATANTE, conforme a agenda acordada entre as partes.

12.3.3. Apresentação de Relatórios: A CONTRATADA deverá apresentar todos os relatórios, documentos ou materiais pertinentes à pauta da reunião.

12.3.4. Elaboração de Atas: Após a conclusão de cada reunião, a CONTRATADA deverá elaborar uma ata detalhada que inclua um resumo dos principais pontos discutidos, as decisões tomadas, as ações acordadas e os prazos definidos em reunião. Esta ata deve ser enviada ao contratante no prazo máximo de 03 dias úteis após a realização da reunião, por meio do e-mail ou em documento em nuvem (drive).

12.3. A prestação dos serviços deverá ter início em data ou prazo fixado em Ordem de Serviço, contado a partir do recebimento da referida Ordem, ou conforme cronograma definido em reunião entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA.

SEÇÃO 13 – GESTÃO DO CONTRATO

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

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

13.3. O CONTRATANTE poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

13.4. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o CONTRATANTE poderá



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

convocar o representante da empresa CONTRATADA para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterà informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

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

13.6. Será de responsabilidade da Secretaria de Comunicação Social (Secom) a fiscalização técnica do contrato e acompanhamento da execução do objeto, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas neste TR, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração (Portaria PGR/MPU nº 28/2023, art.17, VI);

13.7. Além do disposto acima, a fiscalização contratual obedecerá às seguintes rotinas:

- a) Definir toda e qualquer ação de orientação, gerenciamento, controle e acompanhamento da execução do Contrato, determinando as providências cabíveis;
- b) Suspender a prestação do serviço contratado, total ou parcialmente, a qualquer tempo, no caso de não atendimento aos parâmetros estabelecidos no termo de referência e na proposta de serviço, submetendo o assunto à consideração da SA/MPF, para providências.

13.8 O fiscal técnico do contrato anotar no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º, e Portaria PGR/MPU nº 28, de 2023, art. 17, II);

13.8.1. Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção. (Portaria PGR/MPU nº 28, de 2023, art. 17, III);

13.8.2. O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso. (Portaria PGR/MPU nº 28, de 2023, art. 17, IV);



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

13.9 O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da CONTRATADA, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário (Portaria PGR/MPU nº 28, de 2023, art. 17, I e X).

13.9.1 Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência; Portaria PGR/MPU nº 28, de 2023, art. 17, XII).

13.10. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência. (Portaria PGR/MPU nº 28, de 2023, art. 16, II).

13.11. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração. (Portaria PGR/MPU nº 28, de 2023, art. 16, II).

13.11.1 O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da CONTRATADA, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais. (Portaria PGR/MPU nº 28, de 2023, art. 16, III).

13.11.2 O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações. . (Portaria PGR/MPU nº 28, de 2023, art. 16, VII).

13.11.3 O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso. (Portaria PGR/MPU nº 28, de 2023, art. 16, VIII).

13.12. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração. (Portaria PGR/MPU nº 28, de 2023, art. 16, V).

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

13.14. A CONTRATADA deverá manter preposto para representá-la na execução do contrato.

13.14.1 A indicação ou a manutenção do preposto da CONTRATADA poderá ser recusada pelo órgão ou entidade, desde que devidamente justificada, devendo a CONTRATADA designar outro para o exercício da atividade.

SEÇÃO 14 – DOS CRITÉRIOS DE RECEBIMENTO

14.1. Os serviços serão recebidos **provisoriamente, em até 15 (quinze) dias**, pelos fiscais técnico e administrativo, mediante termos detalhados, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico e administrativo (Art. 140, I, a, da Lei nº 14.133 e Portaria PGR/MPU nº 28/2023, art. 17, XIII).

14.1.1. O fiscal técnico do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico (Portaria PGR/MPU nº 28/2023, art. 17, XIII).

14.1.2. Para efeito de recebimento provisório, ao final de cada entrega dos serviços, o fiscal técnico do contrato irá apurar o resultado das avaliações da execução do objeto e, se for o caso, a análise do desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizados em consonância com os indicadores previstos, que poderá resultar no redimensionamento de valores a serem pagos à



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato.

14.1.3. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

14.2. O serviço será recebido **definitivamente no prazo de até o dia 15 (quinze) dias** a contar do recebimento provisório, pelo gestor do contrato, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante termo detalhado, obedecendo os seguintes procedimentos:

14.2.1. Emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico e administrativo, no cumprimento de obrigações assumidas pela CONTRATADA, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações, conforme regulamento (Portaria PGR/MPU nº 28/2023, art. 16, VII).

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

14.2.3. Emitir Termo Circunstanciado para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas.

14.2.4. **Comunicar à CONTRATADA para que emita a Nota Fiscal ou Fatura**, com o valor exato dimensionado pela fiscalização, com base no Instrumento de Medição de Resultado (IMR), com posterior ateste da gestão contratual.

14.2.4.1. As providências pertinentes às áreas de fiscalização e gestão contratual para envio dos autos para pagamento de verão ocorrer **até o dia 25 do mês de emissão do documento fiscal**, antecipando-se para o dia útil anterior em caso de final de semana ou dia não útil, para cumprimento dos prazos da Instrução Normativa RFB Nº 2005, de 29 de janeiro de 2021.

14.2.5. Enviar a documentação pertinente para a formalização dos procedimentos de



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão.

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

14.3. 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.

14.4. Caso os serviços estejam em desconformidade com o especificado no contrato, serão rejeitados parcial ou totalmente, conforme o caso, e a CONTRATADA será obrigada a refazê-los, a suas expensas, no prazo máximo de 5 (cinco) dias contados da data de recebimento da notificação. O prazo poderá ser negociado entre as partes a fim de não prejudicar o cronograma de realização das campanhas.

14.4.1. Essa notificação suspende os prazos de recebimento e de pagamento até que a irregularidade seja sanada.

SEÇÃO 15 – MEDIÇÃO DE RESULTADO, FATURAMENTO E PAGAMENTO

15.1. A avaliação da execução do objeto utilizará o **Instrumento de Medição de Resultado (IMR)**, conforme prescrições a seguir.

15.1.1. Para efeito de aplicação de glosas são atribuídos percentuais incidentes às infrações, os quais incidirão sobre o valor da ordem de serviço correspondente;

15.1.2. A fiscalização técnica do contrato avaliará constantemente a execução do objeto e utilizará o IMR para fins de medição dos resultados. Deverá haver o redimensionamento no pagamento das ordens de serviço, sempre que a CONTRATADA:

15.1.2.1. Não produzir os resultados, deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

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



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

15.1.3. Caso a CONTRATADA não mantenha o nível de qualidade dos serviços, o CONTRATANTE descontará do pagamento os percentuais abaixo relacionados:

Grau	Correspondência
1º	Advertência por ocorrência.
2º	1,0 % do valor do Orçamento.
3º	1,5 % do valor do Orçamento.
4º	2,0 % do valor do Orçamento.
5º	2,5 % do valor do Orçamento.
6º	3,0 % do valor do Orçamento.
7º	3,5 % do valor do Orçamento.

Item	Descrição	Glosas aplicáveis por grau e por reincidência						
		1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º
1	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	1ª vez	-	-	2ª vez	-	3ª vez	4ª vez
2	Deixar de reportar à contratante problemas de execução que possam gerar atrasos ou outros prejuízos à execução do objeto do contrato.	1ª vez	-	2ª vez	-	3ª vez	-	4ª vez

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

3	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	1ª vez	-	2ª vez	-	3ª vez	-	4ª vez
4	Entregar as demandas fora do prazo estipulado no momento da solicitação.	1ª vez	-	2ª vez	-	3ª vez	-	4ª vez
5	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento prévio do CONTRATANTE.	1ª vez	-	-	2ª vez	-	3ª vez	4ª vez
6	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	-	1ª vez	-	2ª vez	-	3ª vez	4ª vez
7	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados ao CONTRATANTE	-	1ª vez	-	2ª vez	-	3ª vez	4ª vez
8	Entregar quaisquer produtos em desacordo com as especificações, com erros, mal finalizadas, com defeito, avaria ou qualquer	1ª vez	-	-	2ª vez	-	3ª vez	4ª vez

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

	outro dano por manipulação incorreta ou falta de zelo.							
9	Executar serviço incompleto, paliativo, substitutivo como por caráter permanente, ou deixar de providenciar recomposição complementar.	-	1ª vez	2ª vez	-	-	3ª vez	4ª vez
10	Não observar os prazos estabelecidos pelo CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato.	1ª vez	-	-	2ª vez	-	3ª vez	4ª vez
11	Não adotar providências em, no máximo, 02 (duas) horas, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE.	-	1ª vez	-	2ª vez	-	3ª vez	4ª vez
12	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito do CONTRATANTE.	-	1ª vez	2ª vez	-	-	3ª vez	4ª vez

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

13	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado do CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	-	1ª vez	2ª vez	-	-	3ª vez	4ª vez
14	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia do CONTRATANTE.	-	1ª vez	2ª vez	-	-	3ª vez	4ª vez
15	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas (arquivos digitais de vídeos para TV e cinema, de peças para internet, rádio, mídia impressa e material publicitário, incluindo arquivos finalizados, artes abertas, arquivos fonte e imagens brutas no caso de produções audiovisuais, conforme item 13.15.20), desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga.	1ª vez	2ª vez	-	3ª vez	-	4ª vez	-
16	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação do	-	1ª vez	2ª vez	-	-	3ª vez	4ª vez

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

	CONTRATANTE.							
17	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização do CONTRATANTE.	-	1ª vez	-	2ª vez	-	3ª vez	4ª vez
18	Recusar o ressarcimento ao CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	-	1ª vez	-	2ª vez	-	3ª vez	4ª vez
19	Não prestar o devido esclarecimento ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA.	1ª vez	-	2ª vez	-	3ª vez	-	4ª vez
20	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	1ª vez	2ª vez	-	3ª vez	-	-	4ª vez
21	Não apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.	1ª vez	2ª vez	-	3ª vez	-	4ª vez	-
22	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos	1ª vez	2ª vez	-	3ª vez	-	-	4ª vez

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

	Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.							
23	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	1ª vez	2ª vez	-	3ª vez	-	4ª vez	-
24	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	1ª vez	2ª vez	-	3ª vez	-	4ª vez	-

15.2. Durante a execução contratual, o fiscal técnico deverá monitorar constantemente o nível de qualidade do serviço para evitar a sua degeneração, devendo intervir para requerer à CONTRATADA a correção das faltas, falhas e irregularidades constatadas;

15.3. À CONTRATADA será permitido apresentar justificativa para a prestação do serviço com menor nível de conformidade, a qual poderá ser aceita pelo fiscal técnico, desde que comprovada a excepcionalidade da ocorrência, resultante exclusivamente de fatores imprevisíveis e alheios ao controle do prestador;

15.4. A cada relatório circunstanciado ou fatura ou nota fiscal, para fins de pagamento, corresponderá aplicação individualizada do Instrumento de Medição de Resultados – IMR.

15.5. O valor devido a título de pagamento à CONTRATADA será mensurado a partir da aplicação das condições do Instrumento de Medição de Resultados, até um teto para glosa de 10% do valor das faturas apresentadas nas respectivas ordens de serviço;

15.6. A aplicação das glosas é cumulativa e não compromete a aplicação de outras penalidades a



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

que a CONTRATADA esteja sujeita pelo não cumprimento das obrigações contratuais ou execução insatisfatória dos serviços, nos termos previstos em lei.

15.7. Do Faturamento

15.7.1. Após comunicação do CONTRATANTE, e no prazo de até **2 (dois) dias úteis**, a CONTRATADA deverá apresentar fatura ou nota fiscal devidamente discriminada, em nome da Secretaria de Administração do MPF, CNPJ nº 26.989.715/0050-90, acompanhada das respectivas comprovações de regularidade de habilitação exigidas no Edital de licitação.

15.7.1.1. A Nota Fiscal deve corresponder ao objeto recebido e respectivos valores e quantitativos apurados pela fiscalização.

15.7.1.2. No caso de divergência, especialmente quando houver adimplemento parcial, o CONTRATANTE notificará a CONTRATADA a sanar o problema em 2 (dois) dias úteis, com suspensão do prazo de pagamento.

15.7.2. Caso a CONTRATADA seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES, deverá apresentar com a Nota Fiscal a devida comprovação a fim de evitar a retenção na fonte dos tributos e contribuições, de acordo com a Lei Complementar nº 123/2006.

15.7.3. Quando do pagamento da fatura ou nota fiscal será efetuada a retenção dos valores correspondentes a tributos e contribuições sociais, nos termos legais.

15.7.4. Serão deduzidos dos créditos da CONTRATADA os valores relativos a multas e juros de mora de tributos e contribuições sociais, decorrentes de entrega de faturamento em atraso, configurado por prazo inferior a 10 (dez) dias corridos do vencimento da obrigação.

15.7.5. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

- a) a correspondente nota fiscal que deverá ser emitida sem rasura, em letra legível, em nome do CONTRATANTE;
- b) a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

do veículo de divulgação, que será emitido em nome do CONTRATANTE;

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

15.7.6. As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA **devem ser acompanhadas de “Declaração”**, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pelo CONTRATANTE, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

15.7.7 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

a) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas “a” e “c” do subitem 15.7.5;

b) intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação de todos os documentos de cobrança de que tratam o subitem 15.7.5;

c) bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação de todos os documentos de cobrança de que tratam o subitem 15.7.5;

d) veiculação: apresentação de todos os documentos de cobrança de que tratam o subitem 15.7.5; apresentar demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção; e, sempre que possível, apresentação do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos da alínea “c” do item 15.7.5.

15.7.7.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas na alínea “c” do subitem anterior, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

15.7.7.2. 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 ao CONTRATANTE.

15.7.8. No tocante à veiculação, além do previsto na alínea “c” do subitem 15.7.5, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

a) Revista: exemplar original;

b) 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;

c) demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada perante o CONTRATANTE a impossibilidade de fazê-lo.

15.7.8.1. Nos casos em que restar demonstrada 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;

a.1) 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;

a.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas ‘a’ e



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

‘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:

b.1) Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b.2) 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 de no mínimo 20% (vinte por cento) 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;

b.3) 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;

b.3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de 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.

15.7.8.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 15.7.8.1 serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

15.7.9. Quando da emissão da fatura ou nota fiscal, a CONTRATADA deverá destacar, após a descrição dos serviços, a importância referente à retenção do Imposto sobre Serviços, a título de "ISS a ser recolhido por substituição tributária", conforme legislação vigente.

15.7.9.1. A inexistência do destaque de que trata o item anterior não impede a retenção por parte do CONTRATANTE;

15.7.9.2. Quando do pagamento da fatura ou nota fiscal será efetuada a retenção dos valores correspondentes a tributos e contribuições sociais, nos termos legais.

15.7.10. Serão deduzidos dos créditos da CONTRATADA os valores relativos a multas e juros de mora de tributos e contribuições sociais, decorrentes de entrega de faturamento em atraso.

15.8. Das condições de pagamento

15.8.1. O pagamento à CONTRATADA será efetuado pelos serviços efetivamente prestados, em moeda nacional, em **até 15 (quinze) dias corridos** a contar do atesto da Fatura/Nota Fiscal do mês de referência, por meio de depósito em conta-corrente, mediante Ordem Bancária.

15.8.2. O pagamento poderá ser efetuado parcialmente na pendência de liquidação de qualquer obrigação financeira que for imposta à CONTRATADA, em virtude de penalidade ou inadimplência, sem que isso gere direito a acréscimos de qualquer natureza.

15.8.3. Qualquer atraso acarretado por parte da CONTRATADA na apresentação da fatura



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

bancária do CONTRATANTE, pela agência bancária pagadora.

15.8.7.1. A CONTRATADA deverá informar ao CONTRATANTE os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

15.8.7.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pelo CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento pelo CONTRATANTE, data do pagamento pela CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

15.8.7.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 15.8.7 e 15.8.7.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

15.8.7.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação do CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

15.8.7.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 15.8.8.2, o CONTRATANTE poderá optar pela rescisão do contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

15.8.7.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, o CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

15.8.9. A fatura mensal poderá sofrer glosas, conforme o disposto no Instrumento de Medição de Resultado (IMR), referente à ordem de serviço competência da prestação de serviço.

SEÇÃO 16 – DO REAJUSTE DOS DIREITOS AUTORAIS

16.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos **direitos patrimoniais de autor** e conexos será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido por regra de três simples.

16.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

16.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da **cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças**, a ser pago pelo CONTRATANTE aos **detentores dos direitos patrimoniais de autor** e conexos dessas obras, será de, no máximo, 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido por regra de três simples.

16.2.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

16.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos no contrato.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

SEÇÃO 17 – SELEÇÃO DO FORNECEDOR

17.1. Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

17.1.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, com adoção do critério de julgamento por **TÉCNICA E PREÇO**.

17.2. Exigências de habilitação fiscal, social e trabalhista

17.2.1. Para fins de habilitação jurídica, fiscal, social e trabalhista, deverão ser observados os requisitos exigidos no Edital de Licitação.

17.3. Qualificação Econômico-Financeira

17.3.1. Para fins de qualificação econômico-financeira, deverá ser observado os requisitos exigidos no Edital de Licitação.

17.4. Da Habilitação técnica

Remetido para o edital

SEÇÃO 18 – ESTIMATIVA DE PREÇO

18.1. A proposta de preços deverá ser apresentada conforme **Anexo B** do termo de referência.

18.2. O valor total estimado desta contratação é de **R\$ 800.0000,00** (oitocentos mil reais) **por ano**.

SEÇÃO 19 – ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

19.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral da União, mediante a seguinte dotação:

a) Plano de Trabalho: 172234;

b) Plano Interno: PUBLICIDAD2;



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

c) **Fonte:** 0100000000;

d) **Natureza da Despesa:** 3.3.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica.

19.2. A contratação refere-se a despesas ordinárias e rotineiras da administração, já previstas no orçamento e destinadas à manutenção das ações governamentais preexistentes, dispensam-se as exigências previstas nos incisos I e II do art. 16 da Lei Complementar nº 101, de 2000.

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

**ANEXO A
BRIEFING**

Cliente: Ministério Público Federal

Produto/serviço: Campanha nacional de comunicação

1. SITUAÇÃO GERAL

Com a Constituição da República de 1988, o Ministério Público passou a ter a atual configuração: órgão essencial à Justiça, com a incumbência de ser o defensor das leis, da democracia e dos interesses difusos e coletivos nas áreas de Meio ambiente, Consumidor, Patrimônio Histórico, Turístico e Paisagístico, Pessoa com Deficiência, Criança e Adolescente, Comunidades Indígenas e Minorias. (mais informações sobre o MPF e sua atuação estão disponíveis no final desse documento e também podem ser obtidas no site www.mpf.mp.br)

Nessas últimas décadas, o Ministério Público Federal (MPF) cresceu tanto em termos de abrangência – hoje são mais de 200 unidades em todo o país – quanto de atuação e resultados. Esse crescimento, infelizmente, não se reflete em reconhecimento pela população. De acordo com Pesquisa de Opinião realizada em 2022: 55,5% das pessoas conhecem mais ou menos o Ministério Público Federal e 31,1% conhecem somente de ouvir falar e 4% nunca ouviram falar. Apenas 8,4% afirmam conhecer bem. (Apresentação resumida dos resultados da pesquisa disponibilizada em anexo ao briefing).

A situação é ainda mais grave no que se refere ao reconhecimento das diferentes áreas de atuação, como pode ser observado na tabela abaixo. Ao serem solicitados a escolher 3 (três) atribuições do MPF em uma lista, temáticas como meio ambiente e atuação eleitoral nem aparecem na lista.

Áreas de atuação mais lembradas



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Combate ao crime e à corrupção	46,2%
Defesa dos direitos do consumidor	39,7%
Defesa dos direitos sociais de competência federal	38,6%
Defesa do patrimônio cultural	30,5%
Defesa dos direitos indígenas e de outras comunidades (ciganos e quilombolas)	29,5%
Fiscalização do cumprimento das normas para garantir disputa eleitoral justa e transparente	26%
Fiscalização e execução de pedidos de bloqueio de bens oriundos de atividades ilícitas	20,4%
Controle da atividade policial e do sistema prisional, como defensor da ordem jurídica	19,3%
Não sabe	7,5%
Não respondeu	1,2%

Fonte: Pesquisa de Opinião Pública MPF 2022

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Considerando o pouco conhecimento da população sobre o MPF em geral e sua atuação no que se refere à proteção do meio ambiente, em específico, o desafio apresentado às agências participantes deste processo licitatório é o desenvolvimento de uma campanha informativa e educativa.

A temática ambiental tem tido destaque no debate social, em especial devido aos eventos extremos recentes, como as enchentes no Rio Grande Sul, a grande seca na Região Norte, ondas de frio e calor extremo, entre tantos outros. Em 2025 estará ainda em mais destaque, já que o Brasil



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

sediará a Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas de 2025 (COP 30).

Mas, como o MPF atua nessa temática?

O MPF atua para garantir o respeito às leis e às pessoas por elas protegidas. Na defesa de direitos difusos, como meio ambiente, atua também fora da esfera judicial, por meio de instrumentos como inquéritos civis públicos, recomendações, termos de ajustamento de conduta e audiências públicas.

Cabe à 4ª Câmara de Coordenação e Revisão coordenar, integrar e revisar as ações institucionais destinadas à defesa do meio ambiente e do patrimônio cultural brasileiro, atuando nos feitos cíveis e criminais cujo bem jurídico seja o direito ao meio ambiente e ao patrimônio cultural.

Acesse a lista de notícias sobre Meio Ambiente e Patrimônio Cultural para ter ideia da amplitude das ações: <https://www.mpf.mp.br/atuacao-tematica/ccr4/noticias>

Também é uma boa fonte de informações os relatório de atividades anuais da 4a Câmara - Meio Ambiente e Patrimônio Cultural:

<https://www.mpf.mp.br/atuacao-tematica/ccr4/publicacoes/relatorio-de-atividades>

(mais informações sobre a atuação do MPF sobre o tema no final do documento)

A expectativa é de que o plano de comunicação defina como tratar esse tema complexo de forma simples e acessível, levando informação e conhecimento à população sobre as diferentes formas de atuação do Ministério Público Federal na defesa do direito ao meio ambiente. Também é essencial que a estratégia engaje multiplicadores e faça a campanha disseminar-se por todo o Brasil.

A campanha precisa, ainda, respeitar a diversidade, inclusive cultural, trazer linha criativa que desperte a atenção e provoque engajamento, fazendo com que a mensagem e o tema abordado se destaquem em relação a campanhas já realizadas sobre o assunto. Isso tudo com baixo custo e, preferencialmente, sem mídia paga. A estratégia de comunicação deverá considerar, também, que a veiculação da campanha será realizada por meio de parcerias e que não haverá compra de espaço publicitário.

3. OBJETIVO



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Auxiliar o MPF na promoção de conhecimento sobre sua atuação na promoção da cidadania e destacando especialmente a defesa do direito ao meio ambiente e proteção de todos os biomas brasileiros.

Para tanto, utilizar como partido temático as MUDANÇAS CLIMÁTICAS e, a partir dele, abranger as diferentes áreas de atuação do MPF relacionadas ao tema, mostrando a importância da Instituição para a sociedade, de forma a dialogar com o público-alvo da campanha.

3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- a) divulgar a atuação do MPF para a sociedade;
- b) permitir que o público compreenda a importância da atuação do MPF para a sociedade;
- c) aproximar o MPF do cidadão, promovendo a identificação deste com a Instituição;
- d) promover a cidadania e o respeito ao direito ao meio ambiente;
- e) esclarecer como o MPF age para promover o direito ao meio ambiente
- f) orientar o público em quais casos e como entrar em contato com o MPF; e
- g) engajar o público na disseminação da ideia de proteção ao meio ambiente.

A campanha precisa:

- a) ter cunho de utilidade pública (apelo social);
- b) respeitar os valores institucionais, assim como a legislação; e
- c) ter potencial para despertar interesse e promover o engajamento dos meios de comunicação, de influenciadores digitais e formadores de opinião, a fim de ser disseminada voluntariamente e ter a repercussão necessária para impactar e sensibilizar o público-alvo.

4. PÚBLICO-ALVO

4.1 Público-alvo principal:

Cidadão brasileiro de todas as idades e níveis educacionais e culturais. Devem ser propostas ações diversas, de forma a atingir diferentes públicos.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

4.2 Público-alvo secundário:

Público interno: procuradores da República, servidores, estagiários e prestadores de serviço do MPF.

Formadores de opinião: jornalistas, blogueiros e influenciadores digitais.

5. PRAÇAS

A campanha deve ter abrangência nacional, contemplando todas as capitais dos estados brasileiros.

6. PERÍODO

A agência de publicidade deverá propor ações continuadas e crescentes sobre a atuação do MPF no que se refere ao meio ambiente, inclusive aproveitando eventos extremas e diferentes situações recorrentes nos diferentes biomas brasileiros (enchentes no Rio de Janeiro, incêndios no Pantanal, entre outros) iniciando ainda no primeiro semestre e sendo concluídas no mês de novembro, quando ocorre a COP 30 em Belém - PA.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

No cálculo da alocação dos valores para a produção, exposição e ou divulgação da campanha publicitária de que trata este *briefing*, a CONTRATANTE utilizará como referencial a verba de R\$ 800 mil (oitocentos mil reais).

Ressalta-se que os custos de veiculação desta campanha, previstos na Estratégia de Mídia e Não Mídia não devem ser considerados na verba referencial para investimento. Caso sejam previstas peças para TV, rádio e outras mídias tradicionalmente pagas, a diretriz do MPF é buscar a veiculação por meio de parcerias com as empresas de comunicação, sem custos para a Instituição.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

8. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Externos:

- Sítio eletrônico: www.mpf.mp.br (nele cada área temática possui página com conteúdo específico);
- YouTube - canalmpf
- Facebook – mpfederal
- Instagram – mpf_oficial;
- X - mpf_pgr
- LinkedIn - mpf-oficial
- MPF no rádio: <https://www.mpf.mp.br/sala-de-imprensa/mpf-no-radio>
- Programa Interesse Público: exibido na TV Justiça e em 28 retransmissoras pelo país (disponíveis no Canald MPF no Youtube)

Internos:

- Intranet nacional;
- Rádio PGR.
- Lista transmissão Whatsapp
- Zoom
- Murais Digitais

9. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

Algumas das principais campanhas realizadas, pelo seu enfoque educativo e de interesse público, foram veiculadas por meio de mídia gratuita em cinema e emissoras de rádio e TV parceiras. Também foi utilizada divulgação em mídias sociais e digitais tradicionais. Naquelas em que houve necessidade para melhor comunicação com o público foram utilizadas peças impressas



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

como: cartazes, folders, cartilhas e adesivos.

No que se refere a temas relacionados ao meio ambiente, já foram realizadas as seguintes campanhas:

- **Abril Indígena** Campanha desenvolvida para dar visibilidade aos direitos e garantias dos povos indígenas, discutir problemas que afetam essas populações e mobilizar a atuação em defesa dos povos originários. Ação incluiu eventos, debates, postagens nas redes sociais, série especial no programa de TV Interesse Público e um documentário sobre a atuação institucional em defesa dos povos Yanomami, em Roraima. (<https://youtu.be/kXC08YNhRCK?si=dCwY66RohR-YHRt9>).

Notícia com apresentação completa da campanha:

<https://www.mpf.mp.br/pgr/noticias-pgr/abril-indigena-mpf-lanca-campanha-para-reforçar-direitos-e-discutir-problemas-enfrentados-pelos-povos-originaarios>

- **Amazônia Protege** (<http://www.amazoniaprotege.mpf.mp.br/campanha>) Campanha desenvolvida para divulgar o funcionamento, os objetivos e as vantagens do projeto estratégico Amazônia Protege. Em destaque nas peças a nova metodologia de trabalho do MPF, que utiliza imagens de satélite para combater o desmatamento ilegal da Região Amazônica.
- **#PEC65Não – Mobilização Nacional em Defesa do Licenciamento Ambiental** (<https://www.youtube.com/watch?v=g2U0O5efz74>) Campanha desenvolvida em todo o país na forma de ação coordenada que envolveu estratégia e veiculação de ações de comunicação em mídias sociais: Facebook, Twitter, viralização de vídeos e RP digital.
- **Salve o Boto-Cinza** (www.salveoboto.mpf.mp.br) Campanha digital que contou com criação de mascote, *hotsite*, disseminação em mídias sociais, vídeos com participações espontâneas e lançamento em evento de canoagem.
- **Indígenas, no Plural** (<https://www.mpf.mp.br/indigenas-no-plural>) Iniciativa que buscou quebrar estereótipos e aumentar a conscientização da sociedade em relação às populações indígenas. Além disso, apresentou a atuação do Ministério Público Federal por meio de uma



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

linguagem simples e acessível, ampliando o engajamento da população com questões importantes relacionadas aos direitos dos indígenas.

Também são realizadas campanhas de apresentação da atuação do MPF em defesa da sociedade tratando de diversos temas, tais como:

- **Conte com a Gente** (<https://contecomagente.mpf.mp.br/>) Campanha desenvolvida para mostrar que a atuação do MPF vai além do enfrentamento à corrupção destacando a proteção dos interesses da coletividade, como educação, saúde, segurança, direito do consumidor, meio ambiente e patrimônio cultural.
- **MPF em defesa da Sociedade** (<https://defesadasociedade.mpf.mp.br/>) O objetivo da campanha foi mostrar a atuação do MPF como fiscal da lei e defensor da ordem democrática e dos direitos coletivos da sociedade.

Playlist no Youtube reunindo diversas campanhas do MPF:

[https://youtube.com/playlist?](https://youtube.com/playlist?list=PLbbVbiVtNjF2jV3xlwRcFAGCXaRz6crHG&si=yNCnCJlupZFiuIufy)

[list=PLbbVbiVtNjF2jV3xlwRcFAGCXaRz6crHG&si=yNCnCJlupZFiuIufy](https://youtube.com/playlist?list=PLbbVbiVtNjF2jV3xlwRcFAGCXaRz6crHG&si=yNCnCJlupZFiuIufy)

10. ATUAÇÃO DO MPF EM RELAÇÃO À MEIO AMBIENTE

No site do MPF estão disponíveis informações sobre a atuação relacionada ao tema e destacamos aqui algumas áreas/conteúdos que merecem atenção.

- **4ª Câmara de Coordenação e Revisão - Meio Ambiente e Patrimônio Cultural**

A 4ª Câmara de Coordenação e Revisão exerce o papel, no âmbito do Ministério Público Federal (MPF), de coordenar, integrar e revisar as ações institucionais destinadas à defesa do meio ambiente e do patrimônio cultural brasileiro.

<https://www.mpf.br/atuacao-tematica/ccr4>

Ações

coordenadas:

<https://www.mpf.br/atuacao-tematica/ccr4/coordenacao/acoes-coordenadas>



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Notícias sobre a temática:

<https://www.mpf.mp.br/atuacao-tematica/ccr4/noticias>

- **Balanco da atuação judicial e extrajudicial relacionada a mudanças climáticas e queimadas**

Dados foram apresentados em reunião promovida pela Comissão de Meio Ambiente do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP)

<https://www.mpf.mp.br/mt/sala-de-imprensa/noticias-mt/mpf-apresenta-balanco-da-atuacao-judicial-e-extrajudicial-relacionada-a-mudancas-climaticas-e-queimadas>

- **Sustentabilidade MPF**

Página dedicada a apresentar a Política de Sustentabilidade e ações do MPF para garantir o desenvolvimento de iniciativas e de práticas de sustentabilidade alinhados às estratégias institucionais.

<https://novoportal.mpf.mp.br/mpf/o-mpf/sobre-o-mpf/sustentabilidade-mpf>

INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE O MPF

MPF no contexto do Ministério Público da União: O Ministério Público Federal (MPF) integra o Ministério Público da União (MPU), que compreende também o Ministério Público do Trabalho, o Ministério Público Militar e o Ministério Público do Distrito Federal e Territórios (MPDFT). O MPU e os Ministérios Públicos estaduais formam o Ministério Público brasileiro (MP). Cabe ao MP a defesa dos direitos sociais e individuais indisponíveis, da ordem jurídica e do regime democrático. As funções do MP incluem também a fiscalização da aplicação das leis, a defesa do patrimônio público e o zelo pelo efetivo respeito dos poderes públicos aos direitos assegurados na Constituição. O Ministério Público tem autonomia na estrutura do Estado. As atribuições e os instrumentos de atuação do Ministério Público estão previstos no art. 129 da Constituição Federal, no capítulo "Das funções essenciais à Justiça". As funções e atribuições do MPU estão dispostas na Lei Complementar nº 75/1993.

MPF
Ministério Público Federal

Procuradoria
Geral da
República

SAF Sul, Quadra 4, Conjunto C - CEP 70050-900 - Brasília-DF
Tel. (61) 3105-5860 - pgr-licitacao@mpf.mp.br



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Atuação geral do MPF: O Ministério Público Federal atua por iniciativa própria ou mediante provocação, em todo o Brasil e em cooperação com outros países. Atua nas áreas Cível, Criminal e Eleitoral. Ingressa com ações em nome da sociedade, oferece denúncias criminais e deve ser ouvido em todos os processos em andamento na Justiça Federal que envolvam interesse público relevante, mesmo que não seja parte na ação. A atuação do MPF ocorre perante o Supremo Tribunal Federal, o Superior Tribunal de Justiça, o Tribunal Superior Eleitoral, os tribunais regionais federais, os juízes federais e os juízes eleitorais. Também atua fora da esfera judicial, sobretudo na defesa de direitos difusos, como meio ambiente e segurança pública, por meio de instrumentos como inquéritos civis públicos, recomendações, termos de ajustamento de conduta e audiências públicas. Nos casos de grave violação a direitos humanos, o procurador-geral da República (chefe do MPU e do MPF, presidente do Conselho Nacional do MP e procurador-geral Eleitoral) pode pedir a transferência do processo para a Justiça Federal.

Públicos de interesse do MPF (stakeholders): Todos os cidadãos e cidadãs do Brasil; Organizações não Governamentais (ONGs); órgãos dos três poderes da União; operadores do direito; jornalistas; comunidades tradicionais; organizações de defesa dos direitos humanos; membros, servidores, estagiários e prestadores de serviço do Ministério Público brasileiro e suas entidades representativas. Comunidades internacionais, em especial os organismos com os quais o MPF mantém cooperação; os Ministérios Públicos de outros países, especialmente os da América Latina e dos países com os quais o MPF mantém cooperação; e organizações internacionais de defesa dos direitos humanos.

Site do MPF: <https://www.mpf.mp.br/>

Serviço de Atendimento ao Cidadão: <https://www.mpf.mp.br/mpfservicos>

Vídeo Institucional: https://www.youtube.com/watch?v=pq6oNFaFo_w&list=PLbbVbiVtNJf1G2K0gAPxUxWPY2neaHicm&index=24

<https://www.instagram.com/reel/C3kgWdDLotf/?igsh=MTRlc3lnMDl0MnB6dw%3D%3D>

ÁREAS DE ATUAÇÃO

MPF
Ministério Público Federal

Procuradoria
Geral da
República

SAF Sul, Quadra 4, Conjunto C - CEP 70050-900 - Brasília-DF
Tel. (61) 3105-5860 - pgr-licitacao@mpf.mp.br



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Atuação na área cível

Na área cível, também denominada tutela coletiva, defendem-se interesses difusos (não específicos de uma pessoa ou grupo de indivíduos, mas de toda a sociedade, como o direito de todos respirarem ar puro); coletivos (de um grupo, categoria ou classe ligados entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica) e individuais homogêneos (que têm um fato gerador comum, atingem as pessoas individualmente e da mesma forma, mas não podem ser considerados individuais, como os direitos do consumidor).

Age por meio da ação civil pública, da ação civil coletiva ou da ação de improbidade administrativa.

Antes de propor as ações perante o Judiciário, adota medidas administrativas, como o inquérito civil público ou o procedimento administrativo cível, usados para coletar provas.

As ações de improbidade administrativa são ajuizadas pelo MPF contra agentes públicos que lesam a União, inclusive quando o fato ocorre em âmbito estadual ou municipal, se há dinheiro da União envolvido.

As ações de improbidade também podem ser propostas contra todos os que contratam com a Administração Pública (pessoas físicas ou jurídicas).

Atuação na área criminal

Na área criminal, cabe ao Ministério Público Federal promover a ação penal pública quando a competência para o julgamento é da Justiça Federal, como nos casos de delitos que causem prejuízo aos bens, serviços ou interesses da União, de suas entidades autárquicas ou das empresas públicas.

O MPF também propõe ações nos casos que envolvem autoridades com foro privilegiado, que só podem ser julgadas pelos tribunais federais ou pelos tribunais superiores, conforme o caso. Depois de concluir pela existência de indícios de crime, o procurador responsável pelo caso instaura procedimento investigatório criminal, para coletar provas, e pode pedir investigações à Polícia Federal. Quando há comprovação de crime, denuncia o envolvido ao Poder Judiciário, que decide sobre a abertura do processo penal.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

Também cabe ao Ministério Público Federal o controle externo da atividade policial. Por isso, a prisão de qualquer pessoa deve ser comunicada ao MPF quando feita pela Polícia Federal ou quando se tratar de autoridade com foro privilegiado no Supremo Tribunal Federal ou no Superior Tribunal de Justiça.

Função Eleitoral

O Ministério Público foi expressamente escolhido pela Constituição para ser o guardião do regime democrático.

Possui funções eleitorais, exercidas pelo Ministério Público Federal e pelos Ministérios Públicos estaduais em todas as fases do processo eleitoral: inscrição dos eleitores, convenções partidárias, registro de candidaturas, campanhas, propaganda eleitoral, votação, apuração de votos, diplomação dos eleitos.

A Instituição trabalha para assegurar que o processo eleitoral transcorra de forma íntegra e idônea e para preservar um valor fundamental – a democracia.

Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão

Na Lei Orgânica do Ministério Público, foi prevista a criação da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão, órgão criado no âmbito do MPF, com função de zelar pelo efetivo respeito aos poderes públicos e aos serviços de relevância pública, bem como aos direitos assegurados pela Constituição Federal, promovendo as medidas necessárias à sua garantia.

A PFDC busca dialogar e interagir com órgãos de Estado, organismos nacionais e internacionais e representantes da sociedade civil, persuadindo os poderes públicos para a proteção e defesa dos direitos individuais indisponíveis, coletivos e difusos.

Entre os temas de atuação direta da PFDC estão questões referentes à acessibilidade, ao acesso à informação, à alimentação adequada, comunicação, criança e ao adolescente, ao direito à moradia adequada, ao direito à memória e à verdade, aos direitos sexuais e reprodutivos, à discriminação, educação, ao idoso, à inclusão de pessoas com deficiência, Previdência e Assistência Social, às populações atingidas pelas barragens, à reforma agrária, saúde, saúde mental, segurança pública, ao sistema prisional, à tortura, ao trabalho escravo, ao tráfico de pessoas, entre outros.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Disponível em: <<http://www.mpf.mp.br/atuacao-tematica/pfdc>>.

Cooperação Internacional

O Ministério Público Federal também estruturou uma área para cuidar da cooperação judiciária e jurídica internacional com autoridades estrangeiras e organismos internacionais e do relacionamento com órgãos nacionais voltados às atividades próprias da cooperação internacional.

Disponível em: <<https://www.mpf.mp.br/atuacao-tematica/sci>> e em: <<https://www.youtube.com/watch?v=lZJcJeJTRI8>>

ÁREAS TEMÁTICAS

O Ministério Público Federal organiza sua atuação em áreas temáticas e criou Câmaras de Coordenação e Revisão que coordenam o trabalho em âmbito nacional. Atualmente, existem sete Câmaras.

1ª – Direitos Sociais e Fiscalização de Atos Administrativos em Geral

Atua em temas relativos à educação, à saúde, à moradia, à mobilidade urbana, à previdência (inclusive as complementares – pública e privada) e assistência social, aos conflitos fundiários, bem como na fiscalização dos atos administrativos em geral. Entre os temas, destacam-se: o financiamento da saúde e da educação, monitoramento da implementação do Sistema Nacional do Câncer, programas públicos para assegurar o direito à moradia e à mobilidade urbana, a defesa do patrimônio público em danos causados por particulares, atuação dos conselhos de fiscalização profissional, o Sistema Nacional de Informações Territoriais; desapropriação; concursos públicos, parcerias do Estado com Organizações Não Governamentais (Terceiro Setor) e omissão fiscalizatória do Estado.

2ª – Matéria Criminal

Feitos relativos à matéria criminal, exceto corrupção, ao controle externo da atividade policial e sistema prisional. O MPF promove ação penal pública quando a competência para julgá-la é da Justiça Federal. Atua em casos de crimes cometidos por meio da internet (incluindo divulgação



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

de pornografia infantojuvenil e racismo); ambientais; praticados no período da ditadura militar; tributários e fiscais; de fraude à Previdência; contra o Sistema Financeiro e a Ordem Econômica; característicos das fronteiras brasileiras (incluindo portos e aeroportos), como tráfico de drogas, de armas e de pessoas, além de contrabando e descaminho; e quando há redução à condição análoga à de escravo.

3ª – Defesa do Consumidor e da Ordem Econômica

Feitos relativos à defesa do consumidor, da concorrência e da regulação da atividade econômica concedida ou delegada, políticas públicas, assistenciais ou promotoras, para o desenvolvimento urbano, industrial, agrícola e fundiário. Organiza as ações em defesa do consumidor e da Ordem Econômica em temas como telecomunicações; energia e combustíveis; transportes; mercado de capitais e defesa da concorrência; Sistema Financeiro Nacional; planos de saúde; tecnologias da informação e da comunicação.

4ª – Meio Ambiente e Patrimônio Cultural

Atua nos feitos cíveis relativos à responsabilidade civil por dano ao meio ambiente e ao patrimônio cultural brasileiro. Trata especificamente dos temas relacionados à flora, fauna, a áreas de preservação, à gestão ambiental, a reservas legais, zona costeira, mineração, transgênicos, recursos hídricos e preservação do patrimônio cultural, entre outros.

Denomina-se patrimônio cultural o conjunto de bens, materiais ou imateriais, que traduzem a história, a formação e a cultura de um povo, uma comunidade ou um país.

5ª – Combate à Corrupção

É dedicada ao combate à corrupção e atua nos feitos relativos aos atos de improbidade administrativa previstos na Lei nº 8.429/1992, nos crimes praticados por funcionário público ou particular (arts. 332, 333 e 335 do Código Penal) contra a administração em geral, inclusive contra a administração pública estrangeira, bem como nos crimes de responsabilidade de prefeitos e de vereadores previstos na Lei de Licitações.

A corrupção pode abranger suborno, propina, fraude, apropriação indébita, desvios de recursos por parte de servidores públicos, entre outros.

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Saiba mais em: <<http://combateacorrupcao.mpf.mp.br/tipos-de-corrupcao>>.

6ª – Populações Indígenas e Comunidades Tradicionais

Trata especificamente dos temas relacionados aos grupos que têm em comum um modo de vida tradicional distinto da sociedade nacional majoritária, como indígenas, quilombolas, comunidades extrativistas, comunidades ribeirinhas e ciganos. O principal desafio é assegurar a pluralidade do Estado brasileiro na perspectiva étnica e cultural, como determina a Constituição brasileira. A atuação do MPF visa garantir a esses povos: demarcação, titulação e posse das terras tradicionalmente ocupadas; saúde e educação; registro civil com autoidentificação; autossustentação; preservação cultural; apuração das violações de direitos humanos cometidas contra indígenas durante a ditadura militar, entre outros direitos.

7ª – Controle Externo da Atividade Policial e Sistema Prisional

Tem como objetivo velar pela regularidade, adequação e eficiência da atividade policial; buscar aprimoramento da persecução penal; garantir a efetiva e correta execução da pena para preservação dos direitos e garantias constitucionais dos sancionados. Contribui para delinear linhas de atuação, propor alternativas e desenvolver iniciativas para a mudança do sistema carcerário brasileiro.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

**ANEXO B
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

À

Comissão de Contratação

Referente Concorrência nº 90001/2024 – Contratante

1. A proposta deverá ser composta conforme abaixo:

1.1 Os percentuais adotados para a presente contratação serão:

a) desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta LICITANTE, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de estado, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);<sindicato ao qual o LICITANTE está filiada>

b) honorários, a serem cobrados do CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do LICITANTE, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

c) honorários, a serem cobrados do CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta LICITANTE, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:% (.....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;(complementar o texto, se for o caso, com: exceto



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

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;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados do CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do 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, (se for o caso) cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

e) honorários, a serem cobrados do CONTRATANTE, incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

1.2 Para fins do disposto no inciso III da letra c, deste Anexo B, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

1.3 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.

1.4 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 7.2.4 do Termo de Referência.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

2. Outras declarações

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na SEÇÃO 11 do Termo de Referência.

2.2 Estamos cientes de que o CONTRATANTE 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 com fornecedores de bens e de serviços especializados e veículos de divulgação, transferindo ao CONTRATANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei nº 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 CONTRATANTE.

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

**Nome completo do CONTRATANTE, nome, cargo e
assinatura dos representantes legais**



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

**ANEXO C
TERMO DE CONFIDENCIALIDADE**

A empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, por meio do seu Representante Legal, abaixo firmado, assume o compromisso de manter confidencialidade e sigilo sobre todas as informações e obrigações relacionadas a este termo de referência.

Por este termo de confidencialidade e sigilo compromete-se:

1. A não utilizar as informações confidenciais a que tiver acesso, para gerar benefício próprio exclusivo e/ou unilateral, presente ou futuro, ou para o uso de terceiros;
2. A não se apropriar para si ou para outrem de material confidencial e/ou sigiloso;
3. A não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano e / ou prejuízo oriundo de uma eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.
4. Pelo não cumprimento do presente Termo de Confidencialidade e Sigilo, fica a abaixo assinada ciente de todas as sanções judiciais que poderão advir.

Local e Data: _____, ____ / ____ /20 ____.

REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA

RG N° _____

CPF N° _____



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

ANEXO D

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSES

Para assinatura do contrato, a licitante vencedora deverá apresentar declaração de inexistência de contrato vigente que possa gerar conflito de interesses com as atividades finalísticas do **ANUNCIANTE**, conforme modelo abaixo:

A **CONTRATADA**, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal, Sr(a). _____, portador(a) do CPF nº _____, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro que:

- I** – Não exerce ou não exercerá, direta ou indiretamente, atividade que implique na prestação de serviços ou relação de negócios com pessoa jurídica, durante a vigência do contrato, que tenha objetivos conflitantes com os interesses ou com as atividades finalísticas **do CONTRATANTE**; e
- II** – Não pratica ou não praticará ato que comprometa o interesse público, em benefício de pessoa física que tenha objetivos conflitante com as atividades finalísticas **do CONTRATANTE**, durante a execução contratual, seja na condição de cônjuge, companheiro ou parente, consanguíneo ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, dos sócios ou dirigentes **da CONTRATADA**.

Local e Data: _____, ____ / ____ /20 ____.

REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

**APÊNDICE
ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

INTRODUÇÃO

O presente documento caracteriza a primeira etapa da fase de planejamento para contratação de agência de publicidade, cujos serviços visam difundir informações de interesse público, posicionar a instituição perante a sociedade brasileira, divulgar suas iniciativas e campo de atuação, bem como esclarecer os seus diversos públicos sobre o trabalho e atribuições do órgão, com foco no fomento à cidadania.

Este documento traz estudo que demonstra a necessidade de contratação, apresentando dados de pesquisas e as normas vigentes e princípios que regem a Administração Pública no que tange a temática, destacando-se a Lei nº 12.232/2010.

SEÇÃO 1 - DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

De acordo com o art. 127 da Constituição Federal, o Ministério Público brasileiro é “instituição permanente, essencial à função jurisdicional do Estado, incumbindo-lhe a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis”. O órgão atua e se manifesta numa ampla gama de matérias judiciais e extrajudiciais, com impacto direto no dia a dia do brasileiro. Passadas três décadas da atual configuração do MP brasileiro, é possível observar o grande crescimento dos seus ramos, entre eles Ministério Público Federal (MPF). O MPF cresceu tanto em termos de abrangência quanto de atuação e resultados, obteve projeção em operações de grande porte, consolidando seu papel como relevante ator no cenário nacional.

O Planejamento Estratégico 2022-2027 determinou como visão institucional: “Ser



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

reconhecido como instituição independente, com atuação proativa e resolutiva na defesa do interesse público, no combate à corrupção e à criminalidade e na garantia dos direitos fundamentais e do desenvolvimento econômico e social sustentável”.

Apesar do crescimento e da ampla gama de atuação do MPF, muita gente ainda desconhece o papel do órgão. Pesquisa de Reputação e Imagem realizada em 2022 por empresa contratada mediante licitação pela Secretaria de Comunicação do MPF revelou que menos de 10% da população declara ter um nível razoável de conhecimento sobre o órgão (8,4% dizem conhecer bem, enquanto 31,1% conhecem só de ouvir falar). A grande maioria da população se sente pouco (69,7%) ou nada (19,3%) informada sobre a atuação e competência do MPF. O combate à corrupção continua sendo a temática mais lembrada e 30,4% não conseguem projetar imagem alguma ao MPF. A aprovação institucional, em uma escala de 0 a 5, alcança apenas a faixa mediana de nota 3 para atuação.

A pesquisa ouviu 3 mil pessoas na fase quantitativa, além de realizar 11 grupos focais e 16 entrevistas em profundidade na fase qualitativa. A etapa qualitativa – que incluiu grupos com pessoas do público em geral e grupos especializados, compostos por jornalistas, advogados e lideranças sociais, por exemplo – registrou, além do desconhecimento total ou parcial, a constante confusão entre o MPF e outras instituições do Sistema de Justiça, tais como a Defensoria Pública. Também foi recorrente a avaliação de que o MPF é um órgão distante, hermético e inacessível. De forma paralela, figura entre os objetivos estratégicos do MPF para o período 2022-2027 “aperfeiçoar a comunicação, com uso de linguagem simples e acessível e ênfase na interatividade e integração”.

Há, portanto, uma necessidade diagnosticada e um comando estratégico para que seja ampliado o diálogo do MPF com a sociedade brasileira como todo e com públicos de interesse específicos. O órgão deve divulgar melhor sua atuação na área de promoção da cidadania e defesa dos direitos humanos a fim de atingir os objetivos institucionais. É preciso focar em formas de comunicação que permitam à sociedade conhecer o que o MPF tem feito e como chegar até a Instituição, tanto para ter auxílio na consecução de seus direitos quanto para ajudar o MPF a agir na



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

defesa do interesse público.

Um dos instrumentos que possibilita isso é a publicidade, ou seja, a realização de campanhas publicitárias com foco no público externo, trabalho que só será efetivo se contemplar o uso de ferramentas de comunicação, estratégias e linguagem que possam não apenas repassar a mensagem institucional de forma correta, mas também atingir os públicos de maneira mais ampla e efetiva. A Secretaria de Comunicação Social do MPF coordena o trabalho no âmbito institucional, com equipe própria (que atua em frentes como redação e distribuição de releases sobre a atuação do órgão, atendimento à imprensa e gestão de conteúdos regulares nas redes sociais) e com o apoio de agência de publicidade contratada por meio de concorrência.

As contratações de agência de propaganda são feitas pelo MPF há pelo menos 10 anos com renovação permanente, o que evidencia a importância da publicidade para comunicação institucional. Conceituados no art. 2º da Lei 12.232/2010, os serviços prestados por meio da agência auxiliam o MPF no atendimento ao princípio da publicidade e do direito à informação. As ações publicitárias desenvolvidas visam difundir informações de interesse público, posicionar a instituição perante a sociedade brasileira, divulgar suas iniciativas e campo de atuação, bem como esclarecer o público sobre o trabalho e atribuições do órgão, com foco no fomento à cidadania.

Além de atender aos requisitos legais, a contratação de uma agência de publicidade viabiliza que as campanhas sejam concebidas e desenvolvidas por equipe especializada, com a possibilidade de contratação de fornecedores externos para produção de peças em formatos especiais (vídeos, produtos de rádios, podcasts, conteúdos digitais, etc) em padrão de qualidade e com especificações técnicas que permita a veiculação por emissoras de grande porte. A agência faz a intermediação com os fornecedores (que são selecionados por meio de sessão pública) e supervisiona a produção dos materiais, conforme a estratégia definida, padrões de mercado e os requisitos legais, bem como realiza a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010.

SEÇÃO 2 - PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL



**Procuradoria
Geral da
República**

SAF Sul, Quadra 4, Conjunto C - CEP 70050-900 - Brasília-DF
Tel. (61) 3105-5860 - pgr-licitacao@mpf.mp.br



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

A Secom incluiu a previsão desta contratação no PCA 2024, em virtude do atingimento do limite máximo de prorrogação do TC 42/2019 e o encerramento da vigência, previsto para ocorrer em 10/12/2024.

Desse modo, o objeto da contratação está identificado pela etiqueta PGR-D0167/23 na lista de contratações aprovada e publicada² no Portal da Transparência do MPF, com a entrega dos artefatos prevista para 2024. A demanda foi transferida para o módulo de Contratação do SGA, por meio da Etiqueta PGR-0337/23.

Além disso, a mencionada contratação encontra-se em consonância com o Planejamento Estratégico Institucional do MPF (2022-2027), sobretudo no que tange aos seguintes Objetivos Estratégicos:

- Objetivo Estratégico 04 (OE04): Fomentar a atuação cooperativa com demais órgãos, instituições e com a sociedade civil;
- Objetivo Estratégico 07 (OE07): Aperfeiçoar a comunicação, com uso de linguagem simples e acessível e ênfase na interatividade e na integração;
- Objetivo Estratégico 09 (OE09): Otimizar a gestão de pessoas, materiais e dados, com foco na eficiência, sustentabilidade e economicidade; e
- Objetivo Estratégico 10 (OE10): Aprimorar os processos de trabalho, conferindo-lhes utilidade e eficiência.

SEÇÃO 3 - REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Conforme a Lei nº 12.232/2010, o serviço de publicidade compreende 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, a compra de mídia e a distribuição de ações publicitárias perante públicos de interesse, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias,

² Data da última atualização: 10/08/2023.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de **pesquisas** e de outros **instrumentos de avaliação** e de geração de conhecimento, 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.

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

As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação produzidos como parte da presente contratação terão a finalidade exclusiva 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; e
- 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.

Os serviços de publicidade 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. Entretanto, cumpre registrar que não se incluem no conceito de patrocínio, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

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. Ainda conforme previsão legal, a CONTRATADA atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, 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 citadas, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

A presente contratação de serviços de publicidade, bem como a execução contratual desses serviços, baseiam-se nos seguintes dispositivos legais e normativos:

- a) Lei nº 14.133/2021, que estabelece normas gerais de licitação e contratação para as Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;
- b) Lei nº 4.320/1964, que estatui Normas Gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços dos entes da Federação;
- c) Lei nº 4.680/1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda;
- d) Lei nº 9.610/1998, que consolida a legislação sobre direitos autorais;
- e) Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação, contratação e execução de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda;
- f) Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD) que dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Para que o processo licitatório seja concluído com sucesso e resulte na seleção de uma empresa com experiência e capacidade técnica capazes de atender às necessidades do MPF, é requisito seguir todos os procedimentos estabelecidos pela legislação pertinente, especialmente a Lei nº 12.232/2010. Pelo valor da contratação, a licitação deverá ocorrer na modalidade



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

concorrência.

A Lei nº 12.232/2010 estabelece como obrigatória a adoção dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço” para a seleção de agências de publicidade. Dentre as opções previstas em lei, entende-se mais adequado adotar a modalidade “técnica e preço”, que permite a aferição adequada da capacidade técnica das licitantes e considera também o preço das propostas, como forma de se obter maior vantagem para a Administração Pública.

Devido a grande variedade de temas abordados pelo MPF e as complexidades inerentes na tradução dos mesmos para um público leigo, é fundamental que a empresa contratada tenha experiência e capacidade técnica para atender às demandas com qualidade e em tempo hábil. Essa é uma atividade essencialmente criativa, exigindo profissionais especializados e que, também entendam e conheçam os processos legais e administrativos relativos à gestão contratual no setor público. O que explica o peso da avaliação técnica na definição da empresa a ser contratada.

Além do mais, é importante considerar que o modelo de contratação de publicidade nos órgãos públicos é baseado em um catálogo de serviços com preços padronizados e que a licitação estabelece uma faixa com percentuais mínimos de desconto sobre esta tabela, assim como percentuais máximos para os honorários de acordo com as médias encontradas em outras contratações públicas.

Considerando que a técnica tem forte influência na execução dos serviços e que o preço já é predefinido em uma faixa média, sugere-se que a nota final das licitantes seja calculada na proporção 70% para a técnica e 30% para o preço.

Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento. De acordo com o § 1º do art. 4º, esse certificado poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

Para participarem no presente certame, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria.

Não será permitida a participação de pessoas físicas no certame. A restrição fundamenta-se em critérios específicos relacionados à amplitude e complexidade das demandas inerentes ao objeto desta contratação. Dada a natureza estratégica da publicidade institucional, é imprescindível contar com fornecedores que possuam estrutura organizacional e capacidade técnica para atender às variadas exigências desse contexto.

A presente contratação não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, tendo em vista que, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências dos arts. 36 e 37 da Lei nº 14.133/2021, não sendo, porém, exigido o projeto básico e/ou executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos, conforme disposto no inciso I do §2º. Assim, em substituição ao projeto básico com as especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados, o edital de licitação para contratação de serviços de publicidade deverá disponibilizar um Briefing para subsidiar o desenvolvimento da Proposta Técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso II do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, e, conseqüentemente, possibilitar a avaliação da capacidade técnica das licitantes.

No âmbito de uma licitação do tipo "técnica e preço", como é o caso da presente contratação, as Propostas Técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o requisito essencial da seleção, na medida em que é por meio delas que as agências de propaganda comprovarão a sua qualificação e expertise para atendimento das necessidades de comunicação do contratante. Dessa forma, a Proposta Técnica contempla uma série de quesitos e subquesitos a serem julgados, os quais, juntos, possibilitam a avaliação da capacidade técnica das licitantes, a



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

saber:

Quesitos	Pontuação máxima	Pontuação máxima
1. Plano de comunicação publicitária		
1.1. Raciocínio Básico	5	60
1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
1.3. Ideia Criativa	20	
1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
2. Capacidade de atendimento		20
3. Repertório		10
Relatos de soluções e problemas de comunicação		10
Pontuação Total Máxima		100

A pontuação para os quesitos técnicos leva em consideração a necessidade de avaliar a capacidade da agência de publicidade não apenas entender o tema abordado, mas também o papel e a atuação do MPF. E, principalmente, sua capacidade de adequar esse conteúdo para ampla divulgação na sociedade, de forma a engajar e informar o cidadão. Por isso, são atribuídas maiores pontuações para a "Estratégia de Comunicação Publicitária" (onde é apresentado o conceito que fundamenta a proposta) e a "Ideia criativa" (que corporifica e ilustra objetivamente a campanha publicitária).

O item "Capacidade de atendimento" demonstra a estrutura disponível na agência para atender as demandas do MPF. A equipe profissional e a infraestrutura da agência são essenciais para a qualidade do trabalho entregue e para a agilidade no atendimento das demandas. Já os itens "Repertório e Relatos de soluções" se referem a experiência pretérita da agência, que pode ser com Administração Pública ou organizações privadas, mas precisa demonstrar o mesmo nível de complexidade e abrangência das campanhas e peças criadas.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

De acordo com o inciso IX do artigo 6º da Lei nº 12.232/2010, o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária deve ser padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

Ao estabelecer o julgamento de Planos de Comunicação Publicitária apócrifos, o inciso IV do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, agregou maior lisura aos processos de contratação de serviços de publicidade, na medida em que a reputação que a licitante dispõe no mercado não irá influenciar a Subcomissão Técnica, de forma positiva ou negativa, no julgamento de sua proposta de Plano de Comunicação Publicitária. E para promover maior objetividade ao julgamento das Propostas Técnicas e fornecer condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas empresas concorrentes do certame, a metodologia de julgamento também determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, se adequando com as regras da Lei nº 14.133/2021 e dos incisos IV e VI do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

Para que a licitante seja **classificada no julgamento técnico e possa participar das próximas etapas do certame, será exigida a pontuação mínima de 75 (setenta e cinco) pontos**, que apresenta baixo risco de redução demasiada do número de classificadas, sem diminuir a qualificação técnica esperada.

Com respaldo no inciso X do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, a presente contratação estabelecerá que as peças constantes dos quesitos Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação devam ter sido implementadas num prazo de até 5 anos. Tal exigência busca proporcionar condições isonômicas às agências concorrentes, apoiar o julgamento da Subcomissão Técnica e evitar que as agências apresentem trabalhos muito antigos que não correspondam às suas competências técnicas atuais.

No caso das Propostas de preços, **não serão aceitos:**

a) **percentual de desconto inferior a 40% (trinta por cento) e superior a 99%**, a ser



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, **baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal**, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

Cabe esclarecer que, embora na última contratação tenha sido estipulado um desconto mínimo de 30%, atualmente, verifica-se que o aumento para **40%** pode ser mais indicado em virtude do que tem sido praticado nas demais contratações e em função da tabela do Sinapro estabelecer um valor elevado para os serviços por existir uma prática de mercado de trabalhar com altos descontos. A análise feita com base nas informações do item 7 reforça a necessidade de mudança no percentual.

b) percentual de honorários superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I – ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

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;

III – à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%, incidentes



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, 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, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

e) **percentual de honorários superior a 9% (nove por cento) e inferior a 1%**, incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

SEÇÃO 4 - ENQUADRAMENTO DO OBJETO

A Lei nº 12.232/2010, em seu art. 5º, determina que as licitações para serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitando as modalidades licitatórias vigentes, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Os serviços de publicidade envolvem atividades **predominantemente intelectual**, pois exigem, entre outros, que a empresa vencedora compreenda a atuação do MPF, o objetivo da instituição com a realização de campanhas publicitárias, que elabore estratégia de comunicação para atingir o objetivo, proponha ações, crie peças e produtos.

Assim, embora regida por lei própria, a definição alinha-se também à jurisprudência do TCU, conforme o Acórdão 2172/2008 – Plenário, onde entende-se como serviços de natureza intelectual “aqueles em que a arte e a racionalidade humana sejam essenciais para a sua satisfatória execução. Não se trata, pois, de tarefas que possam ser executadas mecanicamente ou segundo



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

protocolos, métodos e técnicas pré-estabelecidos e conhecidos.”.

Em consonância com o entendimento adotado em contratações passadas, recomenda-se a adoção de um **caráter contínuo para a nova contratação**. Esta abordagem promove a economia de recursos, especialmente quando consideramos que a Lei nº 12.232/2010 estabelece que as licitações sejam executadas na modalidade de concorrência, selecionando-se a proposta por meio dos critérios de “melhor técnica” ou “melhor técnica e preço”. Tal processo, além de ser bastante custoso para a administração pública, também demanda um período de tempo considerável para sua conclusão. Portanto, a continuidade na contratação não apenas agiliza o processo, como também resulta em uma gestão mais eficiente e econômica dos recursos públicos.

SEÇÃO 5 - ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer do contrato. Como as ações publicitárias são concebidas e desenvolvidas conforme o objetivo que se pretende alcançar, não é possível fazer essa estimativa. A expectativa, no entanto, é a realização de pelo menos uma campanha de grande porte por ano, conforme já vem sendo feito pelo MPF nos últimos anos. Os exemplos abaixo - que trazem a informações sobre as campanhas realizadas nos últimos três anos - ajudam a demonstrar os tipos de ação que podem vir a ser demandadas e realizadas no âmbito do contrato.

Em agosto de 2021, o MPF lançou a campanha “Ser Diferente é Legal” com o objetivo de celebrar a diferença e fomentar uma cultura de paz dentro e fora das redes sociais. A iniciativa incluiu vídeos, postagens em redes sociais, adesivação do prédio da PGR como a identidade visual da campanha, entre outras ações. Como resultado, os *posts* da campanha receberam milhares de comentários e curtidas, atingindo milhares de contas em redes sociais. Apenas no Facebook, mais de 174 mil contas foram atingidas no primeiro mês de veiculação, entre 12 de agosto e 15 de setembro de 2021. No Instagram, os posts chegaram a 153 mil contas, registrando um total de 203 mil impressões no período. O conteúdo foi destaque também no Twitter e no YouTube.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Para fomentar a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, o MPF buscou ampliar o conhecimento de todos sobre a defesa à cidadania com a campanha “MPF em defesa da sociedade”. Lançada em outubro de 2022, a ação teve o objetivo de explicar como a Instituição atua para garantir o direito de todos, além de mostrar, em linguagem simples e didática, como o cidadão deve agir para apresentar uma representação ou ter acesso aos serviços oferecidos pelo órgão. As imagens utilizadas na campanha foram criadas por um ilustrador contratado especialmente para o trabalho. A ação incluiu a criação de um hot site, 15 vídeos, 59 cards para postagem em redes sociais, um anúncio publicado em revista e um folheto.

Em junho de 2023, uma grande campanha publicitária buscou informar às vítimas de crime e sensibilizar a sociedade como um todo sobre a importância de se garantir os direitos de quem sofreu algum tipo de violência ou violação. Elaborada no âmbito do Movimento Nacional de Defesa das Vítimas, a campanha “Direitos das Vítimas” teve três fases distintas. A primeira começou com a publicação de um *Reels* que abordou os sentimentos mais comuns nas vítimas e destacou que todas possuem direitos, alcançando mais de 17 mil visualizações e 370 comentários. Outro destaque da primeira fase foi a entrevista com a ativista Luiza Brunet relatando um pouco da sua experiência na busca por justiça e superação. Ao todo, na primeira fase da campanha, foram publicados sete carrosséis e três *Reels*.

Na segunda fase, o propósito foi transmitir informações importantes sobre como acolher adequadamente as vítimas de diversos crimes. Para alcançar esse objetivo, convidamos oito especialistas, incluindo promotores e psicólogos, que tiveram suas entrevistas gravadas e divulgadas em formato de *Reels*. A terceira fase adotou o formato de *videocast*, para dar voz às vítimas, apresentar relatos reais e promover um diálogo com especialistas. Cinco episódios abordaram temas como intolerância religiosa, tráfico de pessoas e violência de gênero. Além das redes sociais, foram realizadas parcerias para ampliar o alcance da campanha, incluindo a veiculação na Record TV, nas salas de cinema do Cinemark, nos aeroportos pela Infraero e na Rodoviária Interestadual de Brasília.

A tabela a seguir demonstra os valores utilizados no contrato com a agência de propaganda



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

nas últimas três campanhas executadas pelo MPF:

	Ser Diferente é Legal	MPF em Defesa da Sociedade	Direitos da Vítima
Serviços Internos	R\$ 214.400,36	R\$ 173.133,93	R\$ 63.109,19
Serviços Complementares	R\$ 164.809,65	R\$ 319.370,00	R\$ 119.483,90
VALOR TOTAL	R\$ 379.210,01	R\$ 492.503,93	R\$ 182.593,09

SEÇÃO 6 - LEVANTAMENTO DE MERCADO

Atualmente, o MPF possui um contrato firmado, com o mesmo objeto, cuja vigência está prevista para encerrar em 10/12/2024:

<u>CONTRATO 42/2019 - MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL</u>
<ul style="list-style-type: none">• Concorrência nº 01/2019• Objeto: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, para atender o Ministério Público Federal.• Vigência: 10/12/2024 (3º Termo Aditivo)• Contratada: RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA (CNPJ: 04.958.758/0001-98)• Valor Anual Estimado: R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais).

Para subsidiar a contratação em questão, foi feita uma avaliação de duas possíveis soluções para o atendimento da demanda, bem como realizado levantamento de serviços similares contratados por outros órgãos da Administração Pública.

Essa análise evidenciou a importância da manutenção da contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda para atender o MPF.

Entre as soluções analisadas para a prestação do serviço estão:

<u>Solução 01: Serviços de publicidade realizados por equipe interna de publicidade da</u>



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

<u>Secretaria de Comunicação Social.</u>	
<p>Esta solução envolve a condução dos serviços de publicidade por uma reduzida equipe interna da Secretaria de Comunicação Social, composta por profissionais especializados, responsáveis pelos atendimentos das demandas diárias de todos os setores do MPF no que tange às ações de publicidade.</p>	
Vantagens:	<ul style="list-style-type: none">• Maior controle sobre os processos de criação e execução das campanhas;• Economia de custos.
Desvantagens:	<ul style="list-style-type: none">• Limitação de Recursos Humanos, tanto em termos de quantidade de pessoal quanto de habilidades especializadas para a execução dos trabalhos;• Menos exposição a novas tendências, ferramentas e técnicas de publicidade em comparação com agências externas que estão constantemente atualizadas no mercado publicitário;• Dificuldade em dimensionar uma equipe interna para atender as demandas em períodos de aumento de trabalho.• Dificuldade para contratação de serviços complementares especializados (produtoras de vídeos, de podcasts e de conteúdos especializados, entre outros), uma vez que seria necessário realizar licitações para contratação de cada serviço complementar especializado e a cada campanha realizada, tornando a execução muito demorada.• Dificuldade para distribuir os materiais para empresas exibidoras.

<u>Solução 02: Serviços de Publicidade prestados por Intermédio de Agência de Propaganda.</u>
<p>Nesta abordagem, os serviços de publicidade são terceirizados para uma agência especializada</p>



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

em propaganda e marketing , que possuem equipes multifuncionais com conhecimento especializado em todas as áreas da publicidade.	
Vantagens:	<ul style="list-style-type: none">• Conhecimento especializado, com acesso imediato a profissionais com experiência em várias áreas da publicidade;• Flexibilidade para gerir a carga de trabalho, permitindo que as equipes sejam expandidas ou reduzidas conforme a demanda;• Dedicação total ao trabalho se comparado com trabalho feito por uma equipe interna da comunicação;• Acesso a tecnologias e ferramentas avançadas;• Rede de contatos no mercado, facilitando a articulação de parcerias para divulgação das campanhas;• Agilidade na execução: a contratação dos serviços complementares por tomada de preço ou sessão pública, sem necessidade de realizar uma licitação.
Desvantagens:	<ul style="list-style-type: none">• Custos mais elevados devido às taxas de agência e comissões;• Baixo conhecimento institucional, podendo levar tempo para compreender a fundo a instituição e os objetivos;• Não exclusividade da equipe, que, quando vinculada a uma empresa, atende a mais de um cliente;• Rotatividade da equipe da agência, com possível prejuízo para a compreensão sobre as características do MPF e possível retrabalho.

Após essa análise, passou-se ao levantamento das contratações celebradas em outros órgãos, sendo identificados os seguintes processos licitatórios que possuem similaridades ao objeto da presente contratação:

CONTRATO 31/2022 - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO E ASSISTÊNCIA SOCIAL, FAMÍLIA E COMBATE À FOME



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

- **Concorrência nº 01/2022**
- **Objeto:** Prestação de serviços de publicidade, 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 a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da CONTRATANTE junto a públicos de interesse.
- **Vigência:** 02/09/2024 (2º Termo Aditivo)
- **Contratada:** MENE E PORTELLA PUBLICIDADE LTDA (CNPJ: 08.530.304/0001-72)
- **Valor Anual Estimado:** R\$ 120.000.000* (cento e vinte milhões de reais).

*O valor acima é meramente estimativo, de forma que os pagamentos devidos à CONTRATADA dependerão dos quantitativos de serviços efetivamente prestados.

CONTRATO 25/2023 - IF SUL DE MINAS - (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO)

- **Concorrência nº 01/2023**
- **Objeto:** Prestação de serviços de publicidade, 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 a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da contratante junto a públicos de interesse.
- **Vigência:** 03/08/2024
- **Contratada:** ARKUS PROPAGANDA LTDA (CNPJ: 20.491.368/0001-07)
- **Valor Anual Estimado:** R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

CONTRATO 04/2023 - MINISTÉRIO DA SAÚDE

- **Concorrência nº 01/2021**
- **Objeto:** Prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda,



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da contratante junto a públicos de interesse.

- **Vigência:** 26/01/2025 (1º Termo Aditivo)
- **Contratada:** DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA (CNPJ: 00.000.424/0003-18)
- **Valor Anual Estimado:** R\$ 215.000.000,00 (duzentos e quinze milhões de reais).

CONTRATO 19/2022 - TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

- **Concorrência nº 02/2021**
- **Objeto:** Prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente cujo objetivo é o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição de ações publicitárias do CONTRATANTE junto a públicos de interesse, pelo período de 12 (doze) meses, prorrogável nos termos da lei, conforme especificações, exigências e prazos constante.
- **Vigência:** 10/05/2025 (2º Termo Aditivo)
- **Contratada:** OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA. (CNPJ: 50.185.198/0001-01)
- **Valor Anual Estimado:** R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais).

• **CONTRATO 06/2020 - CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO**

- **Concorrência nº 01/2019**
- **Objeto:** Prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da CONTRATANTE aos veículos e demais meios de divulgação.

- **Vigência:** 28/02/2025 (5º Termo Aditivo)
- **Contratada:** GRITO PROPAGANDA EIRELI (CNPJ: 18.143.175/0001-13)
- **Valor Anual Estimado:** R\$ 349.500,00 (trezentos e quarenta e nove mil e quinhentos reais).

CONTRATO 0297-PS/2020/00012 – INFRAERO EMPRESA BRASILEIRA DE INFRAESTRUTURA AEROPORTUÁRIA

- **Concorrência nº 037/LALI-1/SEDE/2020**
- **Objeto:** Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 02 (duas) agências 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.
- **Vigência:** 10/11/2024 (3º Termo Aditivo)
- **Contratada:** CALIA/Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA. (CNPJ: 04.784.569/0001-46)
- **Valor Anual Estimado:** R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais).

CONTRATOS 37/2022-NPLC; 38/2022-NPLC; 39/2022-NPLC
CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

- **Concorrência nº 01/2022-DICOM/CLDF**
- **Objeto:** Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade institucional e de utilidade pública aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de divulgar atos, programas, serviços e campanhas com caráter informativo e de orientação social ao público em geral.

- **Contrato 37/2022-NPCL:**

Contrata: CALIA/Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA. (CNPJ: 04.784.569/0001-46);

Valor: 35.600.000,00 (trinta e cinco milhões e seiscentos mil reais).

- **Contrato 38/2022-NPCL:**

Contrata: AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA. (CNPJ: 01.688.354/0001-33);

Valor: 35.600.000,00 (trinta e cinco milhões e seiscentos mil reais).

- **Contrato 39/2022-NPCL:**

Contrata: EBM QUINTTO COMUNICAÇÃO LTDA. (CNPJ: 14.470.051/0001-91);

Valor: 35.600.000,00 (trinta e cinco milhões e seiscentos mil reais).

CONTRATO 50269/2023 - BANCO CENTRAL DO BRASIL

- **Concorrência DEMAPE nº 72/2020**

- **Objeto:** Prestação de serviços de publicidade de utilidade pública para o Banco Central do Brasil, 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 a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias do Contratante junto a públicos de interesse.

- **Vigência:** 04/04/2024

- **Contratada:** BINDER COMUNICACAO LTDA. (CNPJ: 72.190.242/0001-04)



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

- **Valor Anual Estimado:** R\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de reais).

CONCORRÊNCIA Nº 03/2023 - CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

- **Objeto:** Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivos o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar a sociedade em geral, em especial aos profissionais, empresas, instituições e demais organizações vinculadas às questões relacionadas à Química.
- **Vigência:** não encontrada.
- **Contratada:** MENE E PORTELLA PUBLICIDADE LTDA. (CNPJ: 08.530.304/0001-72)
- **Valor Anual Estimado:** não encontrado.

CONCORRÊNCIA Nº 001/2022 - CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM

- **Objeto:** 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 do Cofen.
- **Vigência:** não encontrada.
- **Contratada:** KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA. (CNPJ: 10.365.754/0001-07)



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

- **Valor Anual Estimado:** não encontrado.

Além dos contratos e concorrências listadas neste ETP, cabe destacar também outra licitação em andamento:

CONCORRÊNCIA Nº 001/2023 - CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
(UASG 925158)

- **Objeto:** Contratação de serviços de PUBLICIDADE prestados por intermédio de AGÊNCIA DE PROPAGANDA, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenha por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, o posicionamento institucional, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse.
- **Data de entrega das Propostas:** 20/2/2024
- **Vigência:** em andamento.
- **Contratada:** a definir.
- **Valor Estimado da Contratação:** R\$ 5.509.000,00 (cinco milhões, quinhentos e nove reais).

Pela pesquisa no Portal da Transparência de outros órgãos públicos, bem como consultas no PNCP, notou-se que diversos órgãos públicos realizam a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, devendo ser licitados por meio de **CONCORRÊNCIA, na modalidade técnica e preço**, conforme o art. 5º da Lei nº 12.232/2010.

A utilização de mão de obra interna significaria sobrecarregar os profissionais responsáveis pelo atendimento das demandas diárias que envolvem ações de publicidade específicas para o público externo, bem como campanhas para o público interno.

Com base nas análises das pesquisas realizadas, a necessidade institucional e a sobrecarga que representaria mais essa atividade à reduzida equipe da Secom, verifica-se que a melhor solução para atendimento das demandas institucionais é a **contratação de serviços de publicidade prestados por Intermédio de Agência de Propaganda (alternativa 02)**.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

SEÇÃO 7 - DA REMUNERAÇÃO E DO DESCONTO DE AGÊNCIA

A definição adequada da remuneração e do desconto de agência é crucial para a transparência e eficiência de contratos envolvendo serviços de publicidade. Nesse contexto, o presente item do ETP busca analisar e entender os padrões de remuneração e desconto de agência em contratos similares, com o objetivo de estabelecer parâmetros justos e alinhados com as práticas de mercado.

Ao realizar uma pesquisa minuciosa, foram levantados os valores referentes à remuneração e ao desconto de agência de **nove** contratos relevantes, incluindo o contrato vigente do MPF. A remuneração, que compreende os custos internos (serviços realizados pela equipe da agência) e os honorários pela prestação de serviços complementares (quando há a necessidade de contratação de fornecedores), variou significativamente entre os contratos analisados, refletindo a diversidade de demandas e complexidades envolvidas nas campanhas publicitárias.

Adicionalmente, ao examinar os descontos concedidos pelas agências, observou-se uma amplitude de práticas, desde descontos fixos até porcentagens variáveis aplicadas a diferentes volumes de investimento. Isso acontece porque cada contrato possui uma verba distinta e características específicas de execução, que influenciam diretamente na remuneração das agências de publicidade. Por exemplo, se o contratante realiza compra de espaço publicitário nos veículos de comunicação (televisão, rádio, cinema, etc), existe uma tendência da contratada oferecer um maior desconto para os serviços internos, pois receberá de volta uma remuneração de 20% do valor investido na compra de espaço publicitário, pago pelas emissoras que tenham sido contratadas para a veiculação.

CONTRATO 42/2019 - MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
Orçamento: R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais).
<ul style="list-style-type: none">Remuneração:



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

30% dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do DF.

Honorários de 9% incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação.

Honorários de 9% incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por **fornecedores**, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

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 sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

III – à reimpressão de peças publicitárias.

Honorários de 9% incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, 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, se for o caso cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

• **Desconto:**

Além da remuneração prevista no contrato, a CONTRATADA fará jus ao desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, quando houver veiculação paga, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

CONTRATO 31/2022 - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO E ASSISTÊNCIA SOCIAL, FAMÍLIA E COMBATE À FOME

Orçamento: R\$ 120.000.000,00 (cento e vinte milhões de reais).

• **Remuneração:**

59,00% (cinquenta e nove por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda Estado.

Honorários de 3,60% (três inteiros e sessenta décimos por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação.

Honorários de 3,30% (três inteiros e trinta décimos por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

- ao **planejamento** e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato;
- à **renovação do direito de autor** e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando 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;
- à **reimpressão** de peças publicitárias.

Honorários de 2,80% (dois inteiros e oitenta décimos por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de **formas inovadoras de comunicação publicitária**, destinadas a



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

- **Desconto:**

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

A CONTRATADA **repassará** à CONTRATANTE **5,0%** (cinco por cento) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

CONTRATO 04/2023 - MINISTÉRIO DA SAÚDE

Orçamento: R\$ 215.000.000,00 (duzentos e quinze milhões de reais).

- **Remuneração:**

Honorários de 1% (um por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I - à **renovação do direito de autor** e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação;

II - ao planejamento e à execução de **pesquisas** e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste realizadas a suas expensas;

III - à **reimpressão de peças publicitárias**. Entende-se por reimpressão a nova tiragem de



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

Honorários de 2% (dois por cento), incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação.

Honorários de 15% (quinze por cento), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à utilização de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação.

Honorários de 1,5% (um e meio por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no subitem anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação.

- **Desconto:**

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

A CONTRATADA **repassará** à CONTRATANTE **5,5%** (cinco e meio por cento) do valor da tabela de preços do veículo de divulgação, já deduzidos os descontos comerciais



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

resultantes de cada negociação, conforme estabelecido no certame que deu origem a este contrato.

CONTRATO 19/2022 - TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

Orçamento: R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais).

• **Remuneração:**

61% (sessenta e um por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes à peça e ou a material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

Honorários de 4% (quatro inteiros por cento), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação.

Honorários de 2% (dois inteiros por cento), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I) ao planejamento e à **execução de pesquisas** e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II) à **renovação do direito de autor** e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando 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;

III) à reimpressão de peças publicitárias.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Honorários de 2% (dois inteiros por cento), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, 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, cuja distribuição não lhes proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

Honorários de 6% (seis inteiros por cento), incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes na intermediação, na supervisão, no monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência.

• **Desconto:**

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

A CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE **25%** (vinte e cinco por cento) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor final efetivo acertado para cada veiculação.

CONTRATO 0297-PS/2020/00012 - INFRAERO

Orçamento: R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais).

• **Remuneração:**

60% (sessenta por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peças e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação

Honorários de 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação

Honorários de 4% (quatro por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I) ao **planejamento** e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato;

II) à **renovação do direito de autor** e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando 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;

III) à **reimpressão de peças publicitárias**.

Honorários de 4% (quatro por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, 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, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

- **Desconto:**

Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

A CONTRATADA **repassará** à CONTRATANTE **1/4 (um quarto)** do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

CONTRATOS **37/2022-NPLC;** **38/2022-NPLC;** **39/2022-NPLC**
CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

Orçamento: R\$ 35.600.000,00 (trinta e cinco milhões e seiscentos mil reais).

• **Remuneração:**

Desconto de 90% (noventa por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

Honorários de 3,5% (três e meio por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

Honorários de 2% (dois por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

Honorários de 2% (dois por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

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

• **Desconto:**

A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei nº 4.680/1965

A CONTRATADA **repassará** à CONTRATANTE **1/4 (um quarto)** do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

CONTRATO 50269/2023 - BANCO CENTRAL DO BRASIL

Orçamento: R\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de reais).

• **Remuneração:**

100% (cem por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal - Sinapro/DF, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peça e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação.

Honorários de 0% (zero por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:
I) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/1965;

II) ao **planejamento e à execução de pesquisas** e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato;



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

III) à reimpressão de peças publicitárias.

Honorários de 0% (zero por cento), incidentes sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de **peça e material** cuja distribuição/veiculação não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação.

Honorários de 0% (zero por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, 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, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

• **Desconto:**

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

A CONTRATADA **repassará** ao CONTRATANTE **5%** (vinte e cinco por cento) do valor da tabela de preços do veículo de divulgação, já deduzidos os descontos comerciais resultantes de cada negociação, conforme estabelecido no certame que deu origem a este contrato.

CONCORRÊNCIA

01/2019

CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO (CNMP)

Orçamento: R\$ R\$ 349.500,00 (trezentos e quarenta e nove mil e quinhentos reais).

Os quesitos a serem valorados pelas LICITANTES são os integrantes da Proposta de Preços,



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

ressalvado que, nos termos do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, **não serão aceitos:**

- **Remuneração:**

Percentual de **desconto inferior a 45%** (quarenta e cinco por cento), a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

Percentual de **honorários superior a 10,8%** (dez vírgula oito por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

Percentual de **honorários superior a 4%** (quatro por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I – ao **planejamento** e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

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;

III – à **reimpressão** de peças publicitárias.

Percentual de **honorários superior a 4,5%** (quatro vírgula cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

CONTRATO 25/2023 - IF SUL DE MINAS - (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO)

Orçamento: R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

• **Remuneração:**

Desconto de 85% (oitenta e cinco por cento) 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 Minas Gerais - SINAPRO/MG, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:).

Honorários de 10% (dez por cento), 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 produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

Honorários de 5% (cinco por cento), 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 aos serviços descritos nas alíneas abaixo:

- 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



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

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;

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

Honorários de 5% (cinco por cento), 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, cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

• **Desconto:**

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

A tabela a seguir apresentada resume os valores e percentuais aplicados em contratos anteriores, destacando a variação nos percentuais utilizados. É importante destacar que dois fatores influenciam diretamente os descontos oferecidos pelas agências: (i) o valor total do contrato; e (ii) a possibilidade de realizar veiculações pagas:

Instituição/ Critérios	IF Sul de Minas	MPF	BC	TSE	Infraero	NPLC CLDF+	MS	MDS
Orçamento (R\$)	400 mil	800 mil	3 milhões	6 milhões	7 milhões	35,6 milhões	215 milhões	120 milhões
% de ressarc. dos valores na tab. refer.	15%	30%	100%	61%	60%	10%	-	59%
Técnica de	10%	9%	0%	4%	5%	3,5%	2%	3,6%



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

peça								
Pesquisas/ Planejamento	5%	9%	0%	2%	4%	2%	1%	3,3%
Ren. do direito do autor	5%	9%	0%	2%	4%	-	1%	3,3%
Reimpressão	5%	9%	0%	2%	4%	-	1%	3,3%
Formas inovadoras	5%	9%	0%	2%	4%	2%	1,5%	2,8%
Inovação Digital	-	-	-	6%	-	-	15%	N/A
Desconto de Agência	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Repasse de Desconto	-	Não	5%	25%	1/4 do desc.	1/4 do desc.	5,5%	5%
Origem da Tabela	Sinapro/ MG	Sinapro/ DF	Sinapro/ DF	Sinapro/ DF	Sinapro/ DF	Sinapro/ DF	-	Sinapro/ Estado

Com base nessa análise, recomenda-se o aumento do desconto mínimo requerido para a última contratação realizada pelo MPF de 30% para 40%. Este ajuste tem o objetivo de elevar a competitividade deste processo licitatório, potencialmente comprometido pelo valor limitado autorizado para a contratação.

Para a definição dos valores dos honorários, foi calculada a média ponderada geral, considerando o valor do orçamento dos contratos inferiores a R\$ 800.000,00:

- Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP): Orçamento de R\$ 349.500,00
- Instituto Federal do Sul de Minas (IF Sul de Minas): Orçamento de R\$ 400.000,00
- O contrato atual no MPF: Orçamento de R\$ 800.000,00

Em seguida foi realizado o cálculo da média dos honorários desses contratos:



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

- CNMP: $(10,8\% + 4\% + 4,5\%) / 3 = 6,1\%$
- IF Sul de Minas: $(10\% + 5\% + 5\%) / 3 = 6,67\%$
- MPF: $(9\% + 9\% + 9\%) / 3 = 9\%$

Tendo em vista que os contratos do CNMP e do IF Sul de Minas representam a metade e pouco menos da metade do contrato do MPF, foi utilizada uma regra de três para estimar um valor de honorário diretamente relacionado a um orçamento equivalente a R\$ 800.000,00, alcançando os seguintes valores:

- CNMP: $(6,1 \times 800.000) / 349.500 = 13,96\%$
- IF Sul de Minas: $(6,67 \times 800.000) / 400.000 = 13,34\%$

Definido quanto seria equivalente o honorário dos contratos do CNMP e do IF Sul de Minas, para um valor de R\$ 800.000,00, foi possível estimar uma média dos honorários.

- Média dos Honorários: $(13,96 + 13,34 + 9) / 3 = 12,1\%$

Com base na análise dos contratos com valores inferiores ao do MPF, foi identificado que o percentual médio dos honorários seria de 12,1%. No entanto, considerando que o valor do contrato anterior do MPF **já estava estabelecido em 9%**, optamos por manter esse mesmo percentual.

SEÇÃO 8 - ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

Importante esclarecer que o orçamento para este tipo de contratação possui ação própria de número 219I, intitulada Publicidade Institucional e de Utilidade Pública.

O valor reservado para a referida contratação é de **R\$ 800.000,00** (oitocentos mil reais) **por ano**.

SEÇÃO 9 - DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A execução de ações publicitárias de grande porte demanda uma série de atividades que só podem ser realizadas por meio da contratação de uma agência de propaganda. Isso porque são



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

muitos os passos e atividades necessários para a criação e execução de uma campanha de grande porte que seja eficaz e possa entregar as mensagens de forma adequada aos públicos de interesse da instituição.

Para embasar a definição de um conceito criativo, é essencial realizar pesquisas, estudos e análises para delinear o público-alvo de cada campanha, as melhores estratégias e formas de falar com esse público e a linguagem a ser utilizada. Após a criação do conceito criativo e definição da estratégia de comunicação, uma equipe especializada desdobra a ideia em peças diversas, realiza estudos de veiculação, propõe formatos e produtos adequados. Com frequência, as campanhas demandam a criação de produtos especiais, sempre com padrão de qualidade capaz de viabilizar a veiculação das peças pelas empresas de comunicação tradicionais (de grande alcance). Assim, é preciso subcontratar produtoras e fornecedores especializados para confecção dessas peças, processo feito por meio de sessão pública, e supervisionar a produção, o que é feito diretamente pela agência.

Elaboração de planos de veiculação, acompanhamento do desempenho, ajuste de rotas e distribuição aos veículos são outras atividades realizadas pelas agências. A agência de publicidade ainda planeja a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação relacionado geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias; afere o desenvolvimento estratégico, a criação e a adequação das mensagens a serem divulgadas; mensura e avalia os resultados das campanhas publicitárias.

Por envolver tantas etapas e demandar a criação de uma série de documentos e produtos especializados, a solução que melhor atende às necessidades descritas no presente ETP é a contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agência de propaganda. Para consecução das atividades, a empresa a ser contratada deverá dispor dos seguintes profissionais, com respectivas qualificações:

- a) 1 (um) diretor-geral: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em gestão de equipes;
- b) 1 (um) diretor de atendimento: possuir formação acadêmica e experiência comprovada,



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

de no mínimo 3 (três) anos, na função;

c) 1 (um) profissional de atendimento: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em atendimento de publicidade;

d) 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, em planejamento de comunicação e marketing;

e) 1 (um) diretor de criação: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na direção de criação publicitária;

f) 1 (uma) dupla de criação: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, em criação e redação publicitária;

g) 1 (um) profissional de mídia: possuir formação acadêmica e experiência comprovada de no mínimo 1 (um) ano em planejamento e execução de mídia;

h) 1 (um) profissional de mídias sociais: possuir formação acadêmica e experiência comprovada de no mínimo 2 (dois) anos em planejamento e gerenciamento de mídias sociais.

i) 1 (um) profissional revisor de texto: possuir formação acadêmica em Letras – habilitação em Língua Portuguesa e experiência comprovada de no mínimo 1 (um) ano em revisão técnica de conteúdos informativos, institucionais e publicitários.

A demanda por uma experiência mínima é fundamental, especialmente no contexto de serviços de caráter intelectual. Isso se deve ao fato de que a qualidade do serviço prestado tende a se aprimorar proporcionalmente ao tempo de experiência do profissional. Com um histórico de participação em diversas campanhas, esse profissional acumula conhecimentos e aprendizados valiosos. Essa riqueza de experiência possibilita a ele oferecer soluções mais eficazes e inovadoras para os desafios de comunicação enfrentados pelo Ministério Público Federal (MPF), garantindo, assim, resultados mais satisfatórios e impactantes.

SEÇÃO 10 - JUSTIFICATIVA PARA O NÃO PARCELAMENTO



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

Conforme previsto no §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, na contratação de serviços de publicidade o objeto da licitação pode ser adjudicado a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias. Entretanto, do ponto de vista estratégico, operacional e de realidade de mercado, o eventual parcelamento do objeto da licitação mostra-se contraindicado.

Em comparação com outros órgãos públicos (especialmente os vinculados ao Poder Executivo, que dispõem de verbas milionárias para ações de publicidade), o MPF dispõe de orçamento limitado para realização de campanhas publicitárias. Os órgãos que são grandes anunciantes promovem mais de uma campanha por ano, a altos custos, o que pode tornar atrativa e indicada a divisão do contrato entre mais de uma agência.

No caso do MPF - que realiza apenas uma campanha por ano, com orçamento restrito - a fragmentação do objeto **torna-se inviável**, pois cada campanha deve ser coordenada, idealizada e conduzida por uma mesma agência, como forma de manter a coesão das mensagens, permitida a subcontratação apenas nos casos de atividades complementares, conforme previsão legal (art. 14, da Lei nº 12.232/10).

O agrupamento dos serviços em um único grupo permite o aumento da eficiência administrativa por meio da otimização do gerenciamento do contrato, pois, nesse caso, não seria conveniente e oportuno a prestação desses serviços por diversos contratados. As tratativas com um único ou poucos prestadores diminui o custo administrativo de gerenciamento de todo o processo de contratação (Acórdão 861/2013 - Plenário). Além disso, a divisão do objeto entre mais de uma empresa tornaria o contrato pouco atrativo para as empresas, reduzindo a competitividade do certame licitatório com prejuízo para a Administração. Sendo assim, no caso do MPF, a contratação de "serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda" **não pode ser dividida ou parcelada**.

SEÇÃO 11 - DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

propaganda, a Secom do MPF pretende assegurar os meios mais eficazes de disseminar conteúdos de interesse público e institucional junto à sociedade brasileira como um todo e aos públicos específicos do órgão.

A contratação de uma agência de propaganda com boa expertise propicia melhor qualidade técnica dos serviços prestados, uma vez que garante que a Secom possa trabalhar com profissionais especializados em publicidade, capazes de propor as melhores ou mais inovadoras soluções para os desafios de comunicação enfrentados pelo órgão.

A expertise técnica das agências de propaganda contratadas em processo licitatório contribui ainda para o conhecimento das equipes internas da Secom, uma vez que proporciona o acesso às melhores práticas do mercado. Por meio da agência, é possível contratar fornecedores especializados para produção de peças publicitárias que, quando executadas conforme os padrões de qualidade do mercado, podem garantir maior alcance às mensagens veiculadas. Ao levar a mensagem institucional a mais pessoas ou atingir com mais eficiência o público-alvo determinado em cada situação, o resultado é melhor desempenho na prestação de contas e na disseminação de informações de interesse público, com maior eficácia, transparência aos atos da instituição e fomento à cidadania.

SEÇÃO 12 - PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

A Secretaria de Comunicação Social do MPF dispõe de equipe com expertise técnica para contato com agências de publicidade, demandas de campanha e supervisão da execução contratual. A contratação de agências de publicidade, o envio de demandas, a orientação quanto a elaboração de campanhas e a supervisão ao trabalho das agências é feito pela Secom de forma regular desde 2013. Sendo assim, não há necessidade de adequação de ambiente físico, nem de capacitação de servidores para atuarem no relacionamento com as agências de propaganda e na gestão e fiscalização dos contratos.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

SEÇÃO 13 - CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

Cabe mencionar o contrato atual vigente apontado no item 5 deste ETP. Destaca-se que o objeto em questão já vem sendo requisitado pelo MPF ao longo dos últimos 10 anos.

Termo de Contrato 27/2013	Termo de Contrato 13/2016
<ul style="list-style-type: none">• Objeto: Prestação de serviços de publicidade.• Término da Vigência: 28/05/2016• Contratada: VENTO BRAVO COMUNICAÇÃO LTDA (CNPJ: 11.125.349/0001-76)	<ul style="list-style-type: none">• Objeto: Contratação de remanescente do serviço de publicidade para o MPF.• Vigência: 28/05/2018• Contratada: FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA (CNPJ: 03.509.498/0001-00)

SEÇÃO 14 - IMPACTOS AMBIENTAIS

A presente contratação não envolve impactos ao meio ambiente e seu edital deve contemplar dispositivos específicos para garantir práticas de sustentabilidade por parte das agências de propaganda contratadas, no âmbito das Obrigações da Contratada. O contrato deve estabelecer, dentre as obrigações das contratadas, a adoção, na execução dos serviços, de boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição regulamentado pelo Decreto nº 7.746, de 2012.

SEÇÃO 15 - VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

A presente contratação apresenta-se viável em todos os aspectos, na medida em que possui orçamento específico alocado na Secretaria de Comunicação Social do MPF, além de o objeto da contratação ser compatível com as competências institucionais da referida secretaria setor.

Reitera-se ainda que a Secom possui em sua estrutura interna uma área técnica preparada



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio das agências de propaganda contratadas, bem como para a gestão e fiscalização do contrato. Além disso, a secretaria observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, minimizando eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle e auditoria.

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

ANEXO II
MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

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

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência nº 01 / 2024**.

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>



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

ANEXO III

MINUTA DE CONTRATO

TERMO DE CONTRATO Nº xx/2024

**QUE FAZEM ENTRE SI A UNIÃO, POR
INTERMÉDIO DO MINISTÉRIO PÚBLICO
FEDERAL E A EMPRESA XXXXXXXXX.**

A União, por intermédio do **MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL**, com sede no SAF Sul – Quadra 04 – Conjunto C - Brasília/DF, CNPJ sob o nº 26.989.715/0050-90, neste ato representada pelo Secretário de Administração, Senhor **DJALMA LEANDRO JUNIOR**, servidor público, matrícula funcional xxxxxxx, nomeado por meio da Portaria nº 82 de 01/02/2021, no uso da competência atribuída pelo artigo 74, inciso XIV, do Regimento Interno Administrativo do Ministério Público Federal, aprovado pela Portaria SG/MPF nº 382, de 05/05/2015, ou, nas ausências e impedimentos deste, pelo Secretário de Administração Adjunto, Senhor **DAVI LUCAS BOIS**, servidor público, matrícula funcional xxxxxxx, nomeado por meio da Portaria nº 173 de 12/06/2020, ambos residentes e domiciliados nesta Capital, , doravante designado **CONTRATANTE**, e a **XXXXXXX**, inscrita no CNPJ/MF sob o nºXXXXXXXXXXXXXXXX, estabelecida na Rua XXXXX em XXXXXXX-XX, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por **XXXXXXXXXXXXXXXX**, portador da Carteira de Identidade nº XXXXX expedida pela SSP/XXJ, e CPF nº XXX, residente em XXXX, tendo em vista o que consta no **Processo nº 1.00.000.001175/2024-64** referente a Concorrência nº XX/2024, considerando as disposições estabelecidas na Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e demais legislação aplicável, no **Termo de Referência nº 09/2024 – COOARC/SUBCORP/SA**, na forma de execução indireta, em regime de *empreitada por preço unitário*, mediante as seguintes cláusulas e condições:



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

Serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, para atender o Ministério Público Federal, conforme condições e exigências estabelecidas e de acordo com as especificações técnicas que constam no Termo de Referência e seus Anexos.

Parágrafo Único - Este Termo de Contrato vincula-se ao Termo de Referência identificado no preâmbulo, e também à proposta da CONTRATADA, independentemente de transcrição.

CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

O contrato terá vigência de **24 (vinte e quatro) meses**, contados a partir da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado por até 10 anos, nos termos dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021.

Parágrafo Primeiro - A prorrogação de que trata esta cláusula é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com a CONTRATADA, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:

- a) Seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;
- b) Seja juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;
- c) Haja manifestação expressa da CONTRATADA informando o interesse na prorrogação; e
- d) Seja comprovado que a CONTRATADA mantém as condições iniciais de habilitação.

Parágrafo Segundo – A CONTRATADA não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

Parágrafo Terceiro – A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

Parágrafo Quarto – No início de cada exercício financeiro, a continuidade do contrato deve ser



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

avaliada, sujeita à disponibilidade de recursos orçamentários para o próximo exercício e à certificação, por parte da autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem favoráveis para a Administração. É permitida a negociação com o CONTRATADO ou a rescisão do contrato sem encargos para ambas as partes, conforme estipulado na CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA.

Parágrafo Quinto – O contrato não poderá ser prorrogado quando a CONTRATADA tiver sido penalizada nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

CLÁUSULA TERCEIRA – ESPECIFICAÇÕES, REQUISITOS, MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS

As especificações, os requisitos, o regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

CLÁUSULA QUARTA – SUBCONTRATAÇÃO

Não será admitida a subcontratação do objeto contratual, salvo os casos de atividades complementares, conforme previsão legal (art. 14, da Lei nº 12.232/10), conforme disposições contidas no **Subitem 4.3** do termo de referência.

CLÁUSULA QUINTA – PREÇO

5.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme discriminado abaixo:

5.1.1.% (..... **por cento**) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peça e ou material cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

5.1.1.1. Os layouts, roteiros e similares reprovados não poderão ser cobrados pela CONTRATADA.

5.1.2. **Honorários de% (..... por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

5.1.3. **Honorários de% (..... por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

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 sua distribuição/veiculação **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, se for o caso, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e

III. à reimpressão de peças publicitárias.

5.1.3.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

5.1.4. **Honorários de% (..... por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

CONTRATADA, 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, se for o caso cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

5.1.5. **Honorários de% (..... por cento)**, incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

5.1.6. Os honorários de que tratam os subitens 5.1.2, 5.1.3, 5.1.4 e 5.1.5 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

5.1.7. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

5.1.8. As formas de remuneração estabelecidas nas cláusulas acima poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

5.1.9. A CONTRATADA **não** fará jus:

5.1.9.1. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

5.1.9.2. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

5.1.9.3. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, 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, se for o caso cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

5.1.9.4. a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

Parágrafo Primeiro – O valor estimado **anual** desta contratação é de **R\$ 800.0000,00 (oitocentos mil reais)**.

Parágrafo Segundo - A juízo do CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem ao instrumento contratual poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações, sem qualquer ônus à CONTRATANTE.

CLÁUSULA SEXTA – DESCONTO DE AGÊNCIA

6.1. Além da remuneração prevista no contrato, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, quando houver veiculação paga, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

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

Parágrafo Segundo - Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

CLÁUSULA SÉTIMA – DIREITOS AUTORAIS E PATRIMONIAIS

As disposições sobre “*direitos autorais e patrimoniais*” constam no **Item 11** do Termo de Referência, anexo a este Contrato.

CLÁUSULA OITAVA - DO FATURAMENTO E DO PAGAMENTO

8.1 A forma de faturamento e o prazo para pagamento à CONTRATADA, bem como as demais condições encontram-se definidos no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

CLÁUSULA NONA – DO REAJUSTE DOS DIREITOS AUTORAIS

As disposições sobre “*reajuste dos direitos autorais*” constam no **Item 16** do Termo de Referência, anexo a este Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA – OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

10.1 Caberá ao CONTRATANTE:

10.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, efetuando os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados, dentro dos prazos



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

previstos no termo de referência, após o cumprimento das formalidades legais.

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

10.1.3. Prestar informações e esclarecimentos pertinentes e necessários que venham a ser solicitados pelo representante da CONTRATADA.

10.1.4. Relacionar-se com a CONTRATADA, exclusivamente, por meio de pessoa por ela formalmente indicada.

10.1.5. Conferir o(s) serviço(s) especificado(s) e registrar as divergências quanto à quantidade e/ou qualidade previstas;

10.1.6. Emitir o aceite do objeto contratado após verificação das especificações, rejeitando o que não estiver de acordo, por meio de notificação à CONTRATADA.

10.1.7. Comunicar à CONTRATADA, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades verificadas no objeto fornecido, para que seja substituído, reparado ou corrigido.

10.1.8. Assegurar, quando necessário, o acesso dos empregados ou fornecedores da CONTRATADA aos locais em que devam executar suas atividades.

10.1.9. Instruir, quando necessário, a CONTRATADA acerca das normas de segurança e prevenção de incêndio adotadas pelo CONTRATANTE.

10.1.10. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela CONTRATADA.

10.1.11. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência de 5 (cinco) dias úteis, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

10.1.12. O CONTRATANTE não responderá por quaisquer compromissos assumidos pela CONTRATADA com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato da CONTRATADA, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

10.1.13. O CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

10.1.14. O CONTRATANTE, por intermédio de servidor(es) nomeado(s), reserva-se o direito de exercer a gestão e fiscalização sobre os serviços contratados, ficando a cargo da Secretaria de Administração (SA/MPF) aplicar ou propor a aplicação das penalidades previstas neste Contrato ou rescindir o contrato, caso a CONTRATADA descumpra quaisquer das prescrições estabelecidas;

10.1.15. Será(ão) nomeado(s) servidor(es), que ficará(ão) responsável(eis) pela, gestão, fiscalização e acompanhamento da execução do objeto contratado, devendo fazer anotações e registros de todas as ocorrências, determinando o que for necessário à regularização das falhas ou defeitos observados para o fiel cumprimento das cláusulas e condições estabelecidas. Ademais, caberá ao(s) Gestor(es) atestar a nota fiscal quando do recebimento definitivo, o que não exclui nem reduz as responsabilidades da CONTRATADA;

10.1.15.1. O(s) servidor(es) nomeado(s) para atuarem na gestão, fiscalização e acompanhamento da execução do objeto contratado terá(ão) poderes para:

- a) Definir toda e qualquer ação de orientação, gerenciamento, controle e acompanhamento da execução do Contrato, determinando as providências cabíveis;
- b) Suspender o fornecimento do objeto contratado, total ou parcialmente, a qualquer tempo, no caso de não atendimento aos parâmetros estabelecidos no Termo de Referência, submetendo o assunto à consideração da SA/MPF, para providências;
- c) Recusar qualquer serviço que não for entregue dentro dos parâmetros estabelecidos no Termo de Referência.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

11.1. A CONTRATADA deve cumprir todas as obrigações constantes deste Contrato, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto,



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

observando, ainda, as obrigações a seguir dispostas quanto à prestação do(s) serviço(s):

11.1.1. Indicar formalmente seu preposto;

11.1.2. Planejar a execução e a supervisão dos serviços.

11.1.3. Corrigir, às suas expensas, no todo ou em parte, a execução dos serviços em que forem constatadas imperfeições, vícios, defeitos ou incorreções e que estiverem em desacordo com as especificações, de ofício ou após a notificação formal do CONTRATANTE;

11.1.4. Solicitar por escrito e devidamente fundamentado quaisquer modificações na execução dos serviços para análise e decisão do CONTRATANTE.

11.1.5. Arcar com todas as despesas diretas e indiretas, decorrentes do cumprimento das obrigações assumidas, sem qualquer ônus adicional para o CONTRATANTE.

11.1.6. Responder, integralmente, por perdas e danos que vier a causar diretamente ao CONTRATANTE ou a terceiros em razão ou omissão, dolosa ou culposa, sua ou dos seus representantes ou prepostos, ficando obrigada a promover a devida restauração e/ou o ressarcimento a preços atualizados, dentro de 30 (trinta) dias contados da comprovação de sua responsabilidade. Caso não o faça no prazo estipulado, o CONTRATANTE reserva-se o direito de descontar o valor do ressarcimento na fatura do mês e/ou da garantia, sem prejuízo de poder denunciar o Contrato, de pleno direito, independentemente de outras cominações contratuais ou legais a que estiver sujeita.

11.1.7. Comunicar imediatamente ao Fiscal do Contrato toda e qualquer irregularidade ou dificuldade que impossibilite a execução dos serviços.

11.1.7.1. Comunicar ao CONTRATANTE, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data de início da realização dos serviços, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação.

11.1.8. Não será aceito, sob nenhum pretexto, a transferência de responsabilidades da CONTRATADA para terceiros, sejam fornecedores ou quaisquer outros.

11.1.9. Cumprir e fazer cumprir a legislação e as normas internas da Procuradoria-Geral da República relativas à segurança e proteção ambiental.

11.1.10. Atender, no que lhe couber, as disposições previstas na Lei nº 12.305/2010, de 02



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

de agosto de 2010, (Política Nacional dos Resíduos Sólidos), e no Decreto nº 7.404/2010, de 23 de dezembro de 2010, que a regulamenta; sob pena de, independentemente da existência de culpa, ser obrigada a reparar eventuais danos causados, sem prejuízo das sanções cíveis e penais previstas em lei, em especial daquelas fixadas na Lei nº 9.605/1998, de 12 de fevereiro de 1998, que dispõe sobre sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente e dá outras providências.

11.1.11. Apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de estado e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

11.1.12. Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, garantidas as condições previamente acordadas.

11.1.13. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto, de acordo com as especificações estipuladas em contrato.

11.1.14. Utilizar, na prestação dos serviços, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante autorização expressa do CONTRATANTE.

11.1.15. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais perante fornecedores de bens e de serviços especializados e veículos de divulgação devendo transferir ao CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

11.1.15.1. Pertencem ao CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

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.

11.1.15.1.1. O disposto no subitem 11.15.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

11.1.15.2. O desconto de antecipação de pagamento deverá ser igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

11.1.15.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre se conduzir na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

11.1.15.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 11.1.15.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas em contrato.

11.1.16. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes do Item 16 do Termo de Referência, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias do CONTRATANTE.

11.1.17. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados ao CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas perante fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Referências de Custos (Siref), mantido pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria-Geral da Presidência da República, de acordo com o artigo 14 da Lei nº

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

12.232/2010, aptos a fornecer à CONTRATADA bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados cadastrados no Siref que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

V - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF), bem como a assinatura do responsável pela cotação;

VI - com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido; e

VII - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação: “Atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

11.1.17.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização do CONTRATANTE.

11.1.17.2. O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no Siref, ou realizar cotação de preços diretamente com outros fornecedores.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

11.1.17.3. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do CONTRATANTE.

11.1.17.4. Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

11.1.17.5. A CONTRATADA deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação perante fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

11.1.17.6. A CONTRATADA deverá informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas no contrato para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

11.1.17.7. As disposições dos subitens 11.1.17 e 11.1.17.4 não se aplicam à compra de mídia.

11.1.18. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste Termo de Referência, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

11.1.18.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados perante fornecedores em que:

a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e

b) algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

11.1.19. Obter a autorização prévia do CONTRATANTE, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

outra despesa relacionada com o disposto em contrato.

11.1.19.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente tiver sido por ele expressamente autorizado.

11.1.19.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime a CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência do contrato.

11.1.19.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias do CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

11.1.20. Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE, sem ônus, 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 ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais;
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais finalizados em alta resolução e respectivos arquivos abertos;
- e) Arquivos fonte e imagens brutas das produções audiovisuais.

11.1.20.1. As peças poderão ser agrupadas e entregues em mídia digital ou arquivo em nuvem, caso atenda à solicitação do CONTRATANTE.

11.1.21. Prestar, a suas expensas, os seguintes serviços ao CONTRATANTE:

- a) manutenção de acervo da propaganda do CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução do contrato e as respectivas informações referentes a direitos



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução do contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

11.1.21.1. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela CONTRATADA e pelo CONTRATANTE, reservada a ESTE a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

11.1.22. Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 11.1.20, se for o caso, e 11.1.21.

11.1.23. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.

11.1.24. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com o CONTRATANTE, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

11.1.24.1. O relatório sobre reunião de serviço deverá ser enviado pela CONTRATADA ao CONTRATANTE em até 3 (três) dias úteis após sua realização.

11.1.25. Apresentar ao CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, 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 15.7.8 do Termo de Referência 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.

11.1.25.1. Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 11.1.25 da Minuta do Contrato, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

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 15.7.8 do Termo de Referência, 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.

11.1.25.1.1. O estudo de que trata o subitem 11.1.25.1 da Minuta do Contrato deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade do CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

11.1.25.1.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 11.1.25.1.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses contados da data de assinatura do contrato.

11.1.25.1.1.2 Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA deverá apresentar novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes, e assim sucessivamente.

11.1.26. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

- a) 1 (um) diretor-geral: possuir formação acadêmica.
- b) 1 (um) diretor de atendimento: possuir formação acadêmica.
- c) 1 (um) profissional de atendimento: possuir formação acadêmica.
- d) 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa: possuir formação acadêmica.
- e) 1 (um) diretor de criação: possuir formação acadêmica.
- f) 1 (uma) dupla de criação: possuir formação acadêmica.
- g) 1 (um) profissional de mídia: possuir formação acadêmica.
- h) 1 (um) profissional de mídias sociais: possuir formação acadêmica.
- i) 1 (um) profissional de revisão de textos: possuir formação acadêmica.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

11.1.27. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, se for o caso, bem como os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

11.1.28. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços referentes ao objeto, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

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

11.1.30. Não caucionar ou utilizar o contrato como garantia para qualquer operação financeira.

11.1.31. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

11.1.32. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

11.1.33. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

11.1.34. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

11.1.35. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

11.1.36. Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

11.1.37. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, se for o caso, bem como responder por todos os efeitos dos contratos, perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.

11.1.38. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE. A CONTRATADA assinará um Termo de Confidencialidade (ANEXO C do termo de referência).

11.1.38.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

11.1.39. Não manter, durante a vigência do contrato, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação negocial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses (ANEXO D do termo de referência) assinada pela CONTRATADA.

11.1.40. Responder perante o CONTRATANTE e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto do contrato.

11.1.41. 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 o CONTRATANTE.

11.1.42. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do disposto em contrato.

11.1.43. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA deverá adotar as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

11.1.44. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

11.1.45. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021.

11.1.46. É de responsabilidade da CONTRATADA a disposição final responsável e ambientalmente adequada dos resíduos de quaisquer natureza, após o uso, em observância à Logística Reversa disposta no art. 33 da Lei nº 12.305/2010, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos, obedecendo ao disposto na Norma Brasileira ABNT NBR 10004:2004 e em conformidade com o respectivo acordo setorial, regulamento expedido pelo Poder Público ou termo de compromisso.

11.1.46.1. O CONTRATANTE reserva-se o direito de assumir a responsabilidade a que se refere o item anterior, podendo dar outra destinação aos resíduos após o uso, caso julgue mais conveniente para a Administração.

11.1.47. Nos termos do Art. 116 da Lei 14.133/2021, a CONTRATADA deverá, ao longo de toda a execução do contrato, cumprir a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

cargos previstas em outras normas específicas.

11.2. Quanto às vedações:

11.2.1. É vedado ter em seu quadro societário cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade até o terceiro grau, inclusive, dos membros ocupantes de cargos de direção ou no exercício de funções administrativas, assim como de servidores ocupantes de cargos de direção, chefia e assessoramento vinculados direta ou indiretamente às unidades situadas na linha hierárquica da área encarregada da contratação;

11.2.1.1. A vedação prevista no **subitem 11.2.1** não se aplica às hipóteses nas quais a contratação seja realizada por ramo do Ministério Público diverso daquele ao qual pertence o membro ou servidor gerador da incompatibilidade;

11.2.1.2. A vedação constante no **subitem 11.2.1** se estende às contratações cujo procedimento licitatório tenha sido deflagrado quando os membros e servidores geradores de incompatibilidade estavam no exercício dos respectivos cargos e funções, assim como às licitações iniciadas até 6 (seis) meses após a desincompatibilização;

11.2.1.3. A contratação de empresa pertencente a parente de membro ou servidor não abrangido pelas hipóteses expressas de nepotismo poderá ser vedada pelo órgão do Ministério Público competente, quando, no caso concreto, identificar risco potencial de contaminação do processo licitatório;

11.2.2. Também não será permitido:

11.2.2.1. Reproduzir, divulgar ou utilizar em benefício próprio, ou de terceiros, quaisquer informações de que tenha tomado ciência em razão da execução dos serviços discriminados, sem o consentimento prévio e por escrito do CONTRATANTE;

11.2.2.2. Permitir que seus empregados pratiquem a venda de quaisquer mercadorias e produtos nas dependências do CONTRATANTE, bem como que executem atividades incompatíveis com as previstas neste Contrato;

11.2.2.3. Utilizar o nome do CONTRATANTE, ou sua qualidade de CONTRATADA, em quaisquer atividades de divulgação empresarial, como, por exemplo, em



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

cartões de visita, anúncios e impressos, sem o consentimento prévio e por escrito do CONTRATANTE;

11.2.2.4. Transferir a outrem, no todo ou em parte, o objeto do presente Contrato, sem prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

11.2.3. Nos termos do Art. 48, parágrafo único, da Lei nº 14.133/2021, é vedado à CONTRATADA, durante a vigência do contrato, contratar cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do CONTRATANTE ou de agente público do CONTRATANTE que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato.

11.3. Quanto às obrigações gerais:

11.3.1. Para fins de habilitação, a empresa deverá comprovar regularidade nos termos previstos no Edital de Licitação;

11.3.2. Disponibilizar o endereço comercial, telefone e uma conta de e-mail para comunicação entre as partes, mantendo-os atualizados.

11.3.3. Deverá a CONTRATADA atender e se adequar ao disposto na Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD);

11.3.4. A CONTRATADA deverá cumprir as exigências de reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social e para aprendiz, conforme disposto no inciso XVII do art. 92 da Lei nº 14.133/2021;

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

12.1 A CONTRATADA, atuando na condição de operador, adere à Política de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais do Ministério Público Federal e se compromete a cumprir a legislação de proteção de dados pessoais, especialmente o disposto na Resolução nº 281, de 12 de dezembro de 2023, do Conselho Nacional do Ministério Público, que institui a Política Nacional de Proteção



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

de Dados Pessoais e o Sistema Nacional de Proteção de Dados Pessoais no Ministério Público, a Lei Geral de Proteção de Dados brasileira (LGPD - Lei Federal nº 13.709/2018), o Marco Civil da Internet (Lei Federal nº 12.965/14) e demais regulamentos emitidos pelas autoridades competentes.

12.2 No tratamento de dados pessoais que lhe forem confiados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA se obriga a:

a) realizar o tratamento de dados pessoais estritamente para as finalidades estabelecidas neste contrato, observando fielmente as diretrizes e instruções transmitidas pelo Ministério Público Federal; **(finalidade)**

b) adotar medidas técnicas e administrativas adequadas de segurança que garantam a inviolabilidade, a confidencialidade, a disponibilidade e a integridade dos dados pessoais, nos termos definidos na legislação, em normas administrativas do Ministério Público Federal e nos instrumentos contratuais, tais como:

(i) mecanismos de autenticação de acesso aos registros, como sistemas de autenticação dupla para assegurar a individualização do responsável pela atividade;

(ii) anonimização, pseudonimização e encriptação dos dados pessoais, quando aplicável;

(iii) recursos que permitam a restauração da disponibilidade e do acesso aos dados pessoais de forma rápida em caso de incidente; e

(iv) processo de verificação contínua da implementação das referidas medidas técnicas e organizacionais; **(medidas de segurança)**

c) manter os registros de tratamento de dados pessoais que realizar, com condições de rastreabilidade e de fornecer prova eletrônica a qualquer tempo, contemplando os registros de conexão e de acesso a aplicações, o momento, a duração, a identidade do funcionário ou do responsável pelo acesso e o arquivo acessado; **(registro)**

d) facultar acesso a dados pessoais somente em casos estritamente necessários e para pessoal autorizado e que tenha assumido compromisso formal de preservar a confidencialidade e segurança de tais dados, devendo a prova do compromisso estar disponível em caráter permanente para exibição ao Ministério Público Federal em caso de solicitação; **(controle de acesso e**



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

confidencialidade)

e) permitir a realização de auditorias, incluindo inspeções pelo Ministério Público Federal ou por quem por ele autorizado, e disponibilizar toda a informação necessária para demonstrar o cumprimento das obrigações estabelecidas; **(supervisão)**

f) auxiliar, sempre que demandado pelo Ministério Público Federal, no atendimento de obrigações perante titulares de dados pessoais, autoridades competentes ou quaisquer outros legítimos interessados; **(direitos dos titulares)**

g) comunicar, de maneira formal e imediata, ao Encarregado de Proteção de Dados Pessoais do Ministério Público Federal, com tolerância de no máximo 48 (quarenta e oito) horas, 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, devendo a comunicação conter, no mínimo, as seguintes informações:

(i) data e hora do incidente;

(ii) data e hora da ciência pela CONTRATADA;

(iii) relação dos tipos de dados pessoais afetados pelo incidente;

(iv) quantidade de usuários afetados (volumetria do incidente) e, se possível, a relação desses indivíduos;

(v) dados de contato do Encarregado da CONTRATADA ou, não havendo Encarregado, a pessoa junto à qual seja possível obter mais informações sobre o ocorrido;

(vi) descrição das possíveis consequências do incidente;

(vii) medidas que estão sendo tomadas para a mitigação dos riscos; **(incidente)**

h) anonimizar ou devolver para o CONTRATANTE todos os dados pessoais que lhe foram confiados e descartar, de forma irrecuperável, as cópias, após a satisfação da finalidade respectiva ou o encerramento do tratamento por decurso de prazo ou por extinção de vínculo legal ou contratual, a não ser que a conservação dos dados seja decorrente de uma obrigação legal;

(eliminação dos dados)

i) não transferir e/ou compartilhar com terceiros os dados pessoais tratados em razão da presente



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

relação contratual, sem prévia autorização do Ministério Público Federal, assumindo todos os ônus decorrentes de qualquer compartilhamento que venha a realizar; **(compartilhamento)**

j) caso autorizada a subcontratação, impor ao subcontratado as mesmas obrigações em matéria de proteção de dados presentes nesse instrumento contratual; **(subcontratação)**

k) registrar as atividades que envolvam transferência internacional de dados pessoais, indicando o país ou organização de destino e adotando as garantias necessárias para que a transferência seja realizada de acordo com a legislação de proteção de dados pessoais e as orientações da autoridade competente; **(transferência internacional).**

12.3 O CONTRATANTE pode requisitar, a qualquer tempo, informações a respeito do tratamento dos dados pessoais confiados à CONTRATADA, respeitando-se o sigilo empresarial e as demais proteções legais.

12.4. A CONTRATADA é obrigada a reparar os danos causados à CONTRATANTE e aos titulares de dados pessoais em razão do exercício de atividade de tratamento de dados pessoais em violação da legislação de proteção de dados pessoais ou deste contrato, seja diretamente ou por meio de seus empregados, representantes ou terceiros contratados.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

13.1. A contratação conta com garantia de execução, nos moldes do art. 96 da Lei nº 14.133, de 2021, em valor correspondente a **5 % (cinco por cento) do valor total do contrato.**

13.1.1. A garantia nas modalidades caução e fiança bancária deverá ser prestada em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato.

13.1.2. No caso de seguro-garantia sua apresentação deverá ocorrer no prazo mínimo de 30 (trinta) dias, contado da data de homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato.

13.2. Caso utilizada a modalidade de seguro-garantia, a apólice deverá ter validade durante a vigência do contrato e por mais 90 (noventa) dias após o término da vigência contratual, permanecendo em vigor mesmo que o contratado não pague o prêmio nas datas convencionadas.



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

13.3. A apólice do seguro-garantia deverá acompanhar as modificações referentes à vigência do contrato principal mediante a emissão do respectivo endosso pela seguradora.

13.4. Será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de renovação ou de aniversário, desde que mantidas as condições e coberturas da apólice vigente e nenhum período fique descoberto, ressalvado o disposto no **subitem 13.6 deste contrato**.

13.5. Caso utilizada outra modalidade de garantia, somente será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, será atualizada monetariamente.

13.6. Na hipótese de suspensão do contrato por ordem ou inadimplemento da Administração, o contratado ficará desobrigado de renovar a garantia ou de endossar a apólice de seguro até a ordem de reinício da execução ou o adimplemento pela Administração.

13.7 A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

13.7.1 prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

13.7.2. multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada; e

13.7.3. obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza e para com o FGTS, não adimplidas pelo contratado, quando couber.

13.8. A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no **subitem 13.7**, observada a legislação que rege a matéria.

13.9. A garantia em dinheiro deverá ser efetuada em favor do contratante, em conta específica na Caixa Econômica Federal, com correção monetária.

13.10. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia.

13.11. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá ser emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil, e



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

13.12. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser ajustada ou renovada, seguindo os mesmos parâmetros utilizados quando da contratação.

13.13. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o Contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no **prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis**, contados da data em que for notificada.

13.14. O Contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

13.14.1. O emitente da garantia ofertada pelo contratado deverá ser notificado pelo contratante quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais (art. 137, § 4º, da Lei n.º 14.133, de 2021).

13.14.2. Caso se trate da modalidade seguro-garantia, ocorrido o sinistro durante a vigência da apólice, sua caracterização e comunicação poderão ocorrer fora desta vigência, não caracterizando fato que justifique a negativa do sinistro, desde que respeitados os prazos prescricionais aplicados ao contrato de seguro, nos termos do art. 20 da Circular Susep n.º 662, de 11 de abril de 2022.

13.15. Extinguir-se-á a garantia com a restituição da apólice, carta fiança ou autorização para a liberação de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração do contratante, mediante termo circunstanciado, de que o contratado cumpriu todas as cláusulas do contrato;

13.16. O garantidor não é parte para figurar em processo administrativo instaurado pelo contratante com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções à contratada.

13.17. O contratado autoriza o contratante a reter, a qualquer tempo, a garantia, na forma prevista no Edital e neste Contrato.

13.18. Além da garantia de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei n.º 14.133/21, a presente contratação possui previsão de garantia contratual do bem a ser fornecido, incluindo manutenção e assistência técnica, conforme condições estabelecidas no Termo de Referência.

13.19. A garantia de execução é independente de eventual garantia do produto prevista



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

especificamente no Termo de Referência.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, à CONTRATADA que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- e) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- f) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- g) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- h) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- i) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

14.2. Serão aplicadas à CONTRATADA que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

14.2.1. **Advertência**, quando à CONTRATADA der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);

14.2.2. **Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c”, “d” e “e” do **subitem 14.1**, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

14.2.3. **Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “f”, “g”, “h” e “i” do **subitem 14.1**, bem como nas alíneas “b”, “c”,



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

“d” e “e”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.2.4. Multa:

14.2.4.1. **Moratória**, nos termos do Art. 162 da Lei nº 14.133/2021, quando:

a) ensejar o retardamento da execução do serviço contratado, de forma injustificada, correspondente a 0,5% (zero vírgula cinco por cento) **por dia de atraso** sobre o valor da fatura correspondente ao período que tenha ocorrido a mora, que incidirá até o prazo para a configuração da inexecução contratual, **previsto no item 14.2.4.2;**

b) ocorrer atraso no cumprimento de quaisquer outras obrigações contratuais, no percentual 0,5% do valor da fatura correspondente, ou de 1% do valor do contrato quando a cláusula for de obrigação acessória de valor inestimável, por dia de atraso, até o **quinto dia de mora;**

c) quando ocorrer atraso na apresentação da garantia prevista na **Cláusula Décima Terceira** deste Contrato em até 15 (quinze) dias, no percentual de 0,5% (zero vírgula cinco por cento) por dia de atraso sobre o valor do Contrato, até o máximo de 7,5% (sete vírgula cinco por cento). O atraso superior a **15 (quinze) dias** autorizará o CONTRATANTE a promover a rescisão do Contrato ou sua não formalização;

14.2.4.2. Multa Sancionatória após o **quinto dia de mora** de qualquer obrigação contratual, quando haverá a inexecução do contrato, que poderá configurar as infrações das alíneas "a", "b", "c" e "e" do **subitem 14.1** e para as quais serão aplicadas as seguintes multas sancionatórias, com os referidos percentuais incidentes sobre o valor do contrato:

- a) multa de 15% no caso da alínea "a" do subitem 14.1;
- b) multa de 20% no caso da alínea "b" do subitem 14.1;
- c) multa de 30% no caso da alínea "c" do subitem 14.1;
- d) multa de 10% no caso da alínea “e” do subitem 14.1.

14.3. A aplicação das sanções previstas neste Termo não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao CONTRATANTE (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

2021).

14.4. Além das hipóteses do **subitem 14.2.4.2**, poderá ser imposta multa sancionatória de forma cumulada com todas as sanções previstas neste Contrato, na forma do art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021, que serão arbitradas na forma do **subitem 14.6**.

14.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4.2. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo CONTRATANTE à CONTRATADA, além da perda desse valor, a diferença será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4.3. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

14.5. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

14.6. Na aplicação das sanções serão considerados os critérios, circunstâncias e procedimentos para a dosimetria previstos na Portaria PGR/MPU nº 178, de 13/09/23 e no art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021;

14.7. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos no art. 159 da referida Lei nº 14.133, de 2021 e de acordo com a Portaria PGR/MPU nº 69, de 28 de abril de 2023, que regulamenta, no âmbito do Ministério Público da União, a Lei nº 12.846, de 2013.

14.8. A personalidade jurídica da CONTRATADA poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com a CONTRATADA, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia, nos termos previstos no art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021, e de acordo com a Portaria PGR/MPU nº 69, de 28 de abril de 2023, que regulamenta, no âmbito do Ministério Público da União, a Lei nº 12.846, de 2013).

14.9. O CONTRATANTE deverá, no prazo máximo 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021)

14.10. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

14.11. Os débitos da CONTRATADA para com a CONTRATANTE, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que a contratada possua com o mesmo órgão ora CONTRATANTE, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

15.1. O contrato se extingue quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contratantes.

15.2. O contrato pode ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o CONTRATANTE, quando esta não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

15.2.1. A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a notificação da CONTRATADA pelo CONTRATANTE nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia.

15.2.2. Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.

15.3. 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 nº14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

15.3.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

15.3.2. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a rescisão se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

15.3.2.1 Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

15.4. O termo de rescisão, sempre que possível, será precedido:

15.4.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

15.4.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

15.4.3. Indenizações e multas.

15.5. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021).

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

16.1 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral da União, mediante a seguinte dotação:

(i) UG Executora xxxxxxxx



MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS

- (ii) Plano de Trabalho: 172234
- (iii) Plano Interno: PUBLICIDAD2
- (iv) Fonte 0100000000;
- (v) Natureza da Despesa: 3.3.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica.
- (vi) Nota de Empenho nº 202xNE000xxx, de xx/xx/2024.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DOS CASOS OMISSOS

17.1 Os casos omissos serão decididos pelo CONTRATANTE, segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133, de 2021, e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – ALTERAÇÕES

18.1 Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

Parágrafo Primeiro - O contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

Parágrafo Segundo - Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

Parágrafo Terceiro – Nos termos do parágrafo único do artigo 131 da Lei nº 14.133, de 2021,



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

eventual pedido de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro deverá ser formulado durante a vigência do contrato e antes de eventual prorrogação, cuja resposta, por parte da CONTRATANTE, deverá ocorrer no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contado da data do fornecimento da documentação, podendo ser prorrogado por igual período.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – PUBLICAÇÃO

19.1 Incumbirá ao CONTRATANTE divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, caput, da Lei 14.133, de 2021 e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.

CLÁUSULA VIGÉSIMA – APROVAÇÃO

20.1 O presente Contrato e seus aditivos somente terão eficácia depois de aprovado pelo(a) Sr.(a) Secretário(a)-Geral do Ministério Público Federal, no uso da competência que lhe foi atribuída pelo inciso XXV, do artigo 6º, do Regimento Interno Administrativo do Ministério Público Federal, aprovado pela Portaria SG/MPF nº 382 de 05/05/2015 ou pelo(a) Secretário(a)-Executivo(a) da Secretaria-Geral, mediante delegação de competência, atribuída por norma interna.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – FORO

21.1 O Foro da Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal é o competente para dirimir quaisquer dúvidas que vierem a surgir no cumprimento das obrigações aqui estabelecidas, que não possam ser dirimidas administrativamente.

E, por estarem de pleno acordo, depois de lido e achado conforme, foi o presente Contrato, firmado pelas partes e as testemunhas abaixo, por meio de assinatura eletrônica, certificada pelo Sistema de



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Peticionamento Eletrônico do MPF.

Assinatura Digital

CONTRATANTE

Assinatura Digital

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

Assinatura Digital

Assinatura Digital

**ANEXO AO CONTRATO
(TERMO DE REFERÊNCIA Nº 09/2024-COOARC/SUBCORP/SA)**



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

ANEXO IV

DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE

Nome da empresa:

CNPJ:

Nome do Declarante:

CPF:

Cargo

DECLARO, nos termos da Resolução nº 172/2017, do Conselho Nacional do Ministério Público, para fins de contratação junto ao Ministério Público Federal, que:

O quadro societário desta empresa não possui cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, nem pessoa que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com membros ocupantes de cargos de direção ou no exercício de funções administrativas, agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato.

O quadro societário desta empresa possui cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, e/ou pessoa que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com membros ocupantes de cargos de direção ou no exercício de funções administrativas, agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, abaixo identificado.

Nome do Membro/Servidor: _____

Cargo: _____

Órgão de Lotação: _____



**Procuradoria
Geral da
República**

SAF Sul, Quadra 4, Conjunto C - CEP 70050-900 - Brasília-DF
Tel. (61) 3105-5860 - pgr-licitacao@mpf.mp.br



**MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO
MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES E DISPUTAS ELETRÔNICAS**

Grau de Parentesco: _____

Por ser verdade, firmo o presente, sob as penas da Lei.

Local e data

Assinatura

Assinado com login e senha por LEONARDO SANTOS DA COSTA, em 14/10/2024 14:28. Para verificar a autenticidade acesse <http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento>. Chave 53f2e0a1.84067bc4.c3701968.a30cc0cb