



### TERMO DE ABERTURA DE PROCESSO


Solicitamos a abertura de processo visando a contratação especializada para prestação de serviços de publicidades.

**ASSUNTO:** Abertura de processo licitatório visando a contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade.

**PROPONENTE:** PRAD/UFGRD

**INTERESSADO:** ACS/RTR

Dourados/MS, 25 de Abril de 2013.

  
Sidnei Azevedo de Souza  
Pró-Reitor de Administração



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E RELAÇÕES PÚBLICAS




**Pedido de Material/Serviço**

Nº 02/2013

Código:	Unidade	Fonte de Recursos
	Nome: <b>REITORIA</b>	<b>Orçamento 2013</b>
RELAÇÃO DE ITENS SOLICITADOS		

Ordem	Especificação (nome, tipo, embalagem etc.)	Unidade Física	Quantidade
01	Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade, compreendendo: a) Estudos, concepção, criação, produção, veiculação, execução interna, supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários; b) Pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários; c) Elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.		

Dourados-MS, 24 de abril de 2013.

  
Graziela Moura de Souza  
Assessora de Comunicação Social  
e Relações Públicas  
Mec. Nº 173274  
Graziela Moura de Souza  
ACS/RTR/UFGD

À REITORIA

Para autorização





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS



CI 19-2013-ACS/RTR/UFGD

Dourados, 19 de abril de 2013.

De: **Graziela Moura Souza**  
Assessora de Comunicação Social e Relações Públicas

Para: **Damião Duque de Farias**  
Reitor da UFGD

Via: **Marlene Estevão Marchetti**  
Chefe de Gabinete da Reitoria

*Marlene*  
Prof.<sup>a</sup> Marlene Estevão Marchetti  
Chefe de Gabinete da UFGD

*P/ Senhor Reitor  
- iniciar processo  
de contratação do Sr.  
com 30 -  
Licitação.  
22/4/13*

Prezado Senhor,

cumprimentando-o cordialmente informamos que, desde 2009, a Assessoria de Comunicação Social e Relações Públicas – ACS vem planejando, executando e coordenando todas as atividades de comunicação da Universidade, atendendo o público interno (docente, técnico-administrativo e discente) e externo (imprensa e sociedade), facilitando o acesso e a distribuição da informação de caráter institucional e pública de forma responsável, transparente e ética.

A ACS se divide em Divisão de Jornalismo, Divisão de Publicidade e Propaganda, Divisão de Audiovisual e Divisão de Relações Públicas e Eventos. Para o desenvolvimento dessas atividades, a Assessoria conta com técnicos-administrativos, entre eles jornalistas e publicitários, e estagiários colaboradores.

Dentre as atribuições da ACS, estão a produção de materiais impressos permanentes de divulgação das ações da Instituição; a criação, produção e veiculação de campanhas institucionais e promocionais; a criação, produção e veiculação de vídeos institucionais como forma publicização dos investimentos públicos em educação e a definição, organização e execução de diversos eventos ligados à comunidade acadêmica.

*Antônio  
22/4/13  
Assessoria de Comunicação Social e Relações Públicas  
PRAC/UFGD*



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS**



Para os próximos anos, a ACS também vai coordenar e executar as atividades ligadas à Rádio Web e à Rádio e TV Educativa da UFGD. Pretende-se, com estrutura física e de pessoal e com suporte técnico para geração de conteúdo, atender as necessidades da região e dos países vizinhos, para tornar-se referência em produção de conhecimento e de informação responsável, com o viés social.

Considerando a demanda crescente de serviços dentro da Comunicação, como a produção impressa e eletrônica de peças institucionais e outras de caráter informativo como o Jornal da UFGD e a Revista Premissas;

Considerando a divulgação de campanhas institucionais importantes junto à comunidade externa, como o Vestibular da UFGD, o Vestibular da Educação a Distância, os Vestibulares Especiais da Licenciatura Intercultural Indígena Teko Arandu, Pronacampo, e o da Licenciatura Letras/Libras, todos com caráter de divulgação diferenciado, e outras campanhas externas como de incentivo ao ensino superior, a promoção das licenciaturas e dos outros cursos da Universidade;

Considerando as campanhas promocionais junto a comunidade interna como a recepção aos calouros, de combate ao trote, de cuidado com o patrimônio público e transparência pública, de saúde e qualidade de vida; e os projetos de comunicação visual, como de identificação e sinalização do campus e das unidades da UFGD, a concretização do Manual de Identidade Visual para a consolidação de uma comunicação visual padrão da Instituição;

Considerando ainda a produção de audiovisuais institucionais de divulgação dos projetos de ensino, das pesquisas desenvolvidas no campus e das ações extensão na comunidade como forma de publicização dos investimentos públicos em educação superior;

Solicitamos uma nova licitação para a contratação de agência de publicidade com aumento no valor de contrato, passando para **R\$ 500 mil**, o que nos permitirá a execução de todas essas atividades acima descritas, garantindo maior divulgação e transparência das informações públicas, bem como dos serviços prestados pela Instituição.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS



O valor de contrato existente hoje é de R\$ 250 mil e não atende mais a demanda de comunicação da Universidade. Com esse novo valor de contrato sugerido, a ACS conseguirá viabilizar a concepção, produção, veiculação e distribuição das informações, peças e materiais.

A contratação de uma agência servirá ainda para que consigamos avançar mais nos processos comunicacionais juntos aos públicos externo e interno, visando o fortalecimento e posicionamento da UFGD como instituição forte e comprometida. Também é nesse sentido que pretendemos fortalecer a política de comunicação da Universidade, com intuito essencial de promover a educação superior, o ensino, a pesquisa, a extensão e a cultura para todos.

Atenciosamente,

Graziela Moura de Souza  
Assessora de Comunicação Social  
e Relações Públicas

**Graziela Moura Souza**

Assessora de Comunicação Social e Relações Públicas – ACS  
Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E RELAÇÕES PÚBLICAS



**BRIEFING**

**CONTEXTUALIZAÇÃO: VESTIBULAR UFGD 2014**

A Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD) foi criada em 29 de julho de 2005, a partir da emancipação do campus de Dourados da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Desde então, em um processo incessante de transformação e aperfeiçoamento, a Universidade se inseriu nas políticas públicas do governo federal de expansão do ensino superior público, com o programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais – REUNI.

Nesse período de oito anos, a UFGD implantou novos cursos de graduação, ampliando significativamente o número de vagas. De 12, a Universidade saltou para 34 cursos de graduação presenciais em diversas áreas do conhecimento e atualmente conta com cursos de especialização (*Lato Sensu*), 19 programas de pós-graduações *Stricto Sensu*, sendo 16 mestrados e três doutorados e cinco residências, sendo quatro médicas, nas áreas de Ginecologia e Obstetrícia; Clínica Médica; Pediatria e Cirurgia Geral, e uma multiprofissional em Saúde, nas áreas de psicologia; enfermagem e nutrição.

Por cinco anos consecutivos, a UFGD foi avaliada como a melhor Instituição de Ensino Superior de Mato Grosso do Sul, segundo o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP do Ministério da Educação, que analisa indicadores de qualidade em cursos do ensino superior em todo o Brasil.

A instituição nasceu com evidentes compromissos sociais. Tais laços são consolidados a cada ação de inclusão e interação social e cultural com a sociedade, nos diferentes cursos e programas voltados para a comunidade acadêmica. São inúmeros os projetos e ações de extensão e cultura com as populações e movimentos sociais das periferias urbanas, das aldeias indígenas, dos quilombolas, dos assentamentos rurais, dos grupos organizados das redes de economia solidária e etc. Estas atividades promovem a articulação de saberes acadêmicos e saberes populares, qualificando e humanizando a vida social e acadêmica ao mesmo tempo.

Nesse sentido, a UFGD implantou um sistema de cotas sociais para o ingresso em seus cursos de graduação. Do total de vagas abertas para o concurso de vestibular, 25% são destinadas aos alunos oriundos das escolas





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E RELAÇÕES PÚBLICAS**



públicas, o que permite uma maior interação com a educação básica da rede pública, amplia as expectativas positivas de jovens e seus familiares, qualifica a educação e promove a inclusão social.

A Universidade também criou cursos especiais para atender a realidade sociocultural da região da Grande Dourados. De modo especial, vale destacar o curso de Licenciatura Intercultural Teko Arandu, voltado para os professores indígenas das etnias Guaraní Kaiowá, o curso de Licenciatura Letras/Libras (Língua Brasileira de Sinais), para a formação de professores com atuação junto à comunidade surda, e o curso de Ciências Naturais para a qualificação e capacitação especialmente de assentados rurais de Mato Grosso do Sul.

A UFGD também atua dentro da Educação a Distância no oferecimento de três cursos de graduação: Administração Pública, Licenciatura em Computação e em Pedagogia, neste caso estendendo sua atuação para as cidades de Água Clara, Bataguassu, Bela Vista, Camapuã, Costa Rica, Miranda, Porto Murtinho, Rio Brilhante e São Gabriel do Oeste; e na pós-graduação, no oferecimento do Mestrado em Matemática - PROFMAT, especialmente para professores da rede pública.

A Instituição compreende que faz parte de sua missão institucional a inclusão e a promoção da cultura. Além dos cursos de formação, voltados para a comunidade acadêmica e externa, como as oficinas culturais, as oficinas do projeto Casa Brasil, e ações junto à terceira idade, realiza importantes eventos como o Festival Internacional de Teatro e a Mostra de Audiovisual de Dourados, de promoção da produção cinematográfica de Dourados e região.

A Instituição também se prepara de modo vigoroso para a excelência na pesquisa acadêmica. Em oito anos de existência, quase uma centena de grupos de pesquisas foram organizados e cadastrados junto aos órgãos de fomento do país. São centenas de docentes, 80% de doutores, técnicos e alunos que promovem o desenvolvimento da pesquisa e da inovação tecnológica com o reconhecimento de diferentes atores sociais. Além de redes interinstitucionais, como a Rede Centro Oeste de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação em Biodiversidade, Biotecnologia e a Geodiversidade, os pesquisadores da Universidade estão organizados. Todos os anos, centenas de mestres e doutores são formados na UFGD e rapidamente a massa de inteligência à disposição da sociedade se espalha e qualifica os serviços e empreendimentos sociais, públicos e privados.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E RELAÇÕES PÚBLICAS**



E não basta ingressar na universidade, o importante é concluir a graduação. A UFGD promove programas para que o estudante complete seu curso com sucesso, como apoio psicológico, assistência social para todos, bolsas permanência, auxílio alimentação e atividades esportivas. Também colocou em funcionamento o Centro de Educação Infantil (CEIN), no qual os alunos, servidores e moradores da região podem deixar seus filhos enquanto estudam, o Restaurante Universitário, que subsidia a alimentação dos alunos, e a Moradia Estudantil que vai atender com moradia estudantes que residem fora do município e que passam por situação de vulnerabilidade socioeconômica. Além disso, dentro da Universidade, o estudante pode receber pelo seu trabalho em programas e projetos de bolsas de ensino e graduação, como estágio e monitorias de ensino – ao todo, somam-se mais de mil bolsas ou outras formas de auxílio para os universitários.

Implantação, expansão e consolidação ocorrem praticamente ao mesmo tempo na UFGD. O que exige investimento maciço em infraestrutura física está planejado, em processo de construção ou acabou de ser terminado. São vários espaços, laboratórios, salas de aula e prédios administrativos que, ao todo, somam mais de 40 mil metros quadrados em obras e adequações, o que estabelece ótimas condições estruturais para a realização das atividades acadêmicas e administrativas. O imenso parque de laboratórios em construção ou já construídos e os milhões de reais investidos na aquisição de equipamentos permitirão aos alunos de graduação e pós-graduação a melhor formação em suas respectivas áreas e, ainda, proporcionarão aos pesquisadores os instrumentos necessários à produção de conhecimentos, de ciência e tecnologia, inovando as práticas sociais e econômicas no Estado.

Temos que considerar ainda que a UFGD se localiza em região estratégica dentro de Mato Grosso do Sul: a região da Grande Dourados que compreende 37 municípios e possui uma população de cerca de 800 mil pessoas, sendo um dos mais importantes pólos de crescimento agroindustrial do país. A Grande Dourados possui ainda posição estratégica no território nacional em sua porção central-meridional, fazendo fronteiras com as regiões Sul, Sudeste do Brasil, bem como com o território da América do Sul e, especificamente, do MERCOSUL – Mercado Comum Sul Americano, fazendo fronteira com a Bolívia e com o Paraguai. Esta região da cidade de Dourados, ao longo das últimas décadas, se constituiu no centro articulador do desenvolvimento regional e, em especial, em um pólo de educação superior.

Dessa forma, a Universidade reconhece o imperativo em constituir redes de produção de conhecimentos e experiências com outras instituições de ensino superior do Brasil e do estrangeiro, tendo como foco estratégico, uma





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E RELAÇÕES PÚBLICAS



maior articulação com a América Latina. Já consolidou parcerias com países de diversas partes do mundo, entre elas, Europa e América do Norte.

É fato que a UFGD desempenha um papel cada vez mais abrangente. Um papel de relevância social e acadêmica, no estreitamento de relações entre os países ao inserir-se decisivamente na formação de quadros profissionais qualificados, como também no desenvolvimento da ciência, da tecnologia, da arte e da cultura. Sempre com o compromisso de inclusão do maior número de pessoas e regiões, a Instituição faz com que a maioria, senão todos, seja beneficiada com as riquezas e valores por ela produzidos ou induzidos através de parcerias com governos, instituições, empresas e movimentos sociais.

### A expansão da UFGD

Dentro do Programa Nacional de Educação – PNE, que tramita no Congresso Nacional, a UFGD propõe a expansão de seus cursos até 2020 passando de 28 graduações presenciais atualmente, para 40; de 3 graduações a distância para 12, inserindo-se em 16 municípios de Mato Grosso do Sul; e de 16 programas de pós-graduação, para 34, sendo 18 doutorados, chegando a uma população 20 mil pessoas, o que corresponde a 10% da população da cidade.

Desse modo, a Universidade pretende contribuir para a elevação da taxa bruta de matrícula na educação superior brasileira para 50% e a taxa líquida para 33% da população de 18 a 24 anos, assegurando a qualidade da oferta. Também pretende elevar a qualidade da educação superior pela ampliação da atuação de mestres e doutores nas instituições de educação superior para, no mínimo, 75% do corpo docente em efetivo exercício, sendo que desse total, 35% doutores. E, ainda, elevar gradualmente o número de matrículas na pós-graduação *stricto sensu*, de modo a atingir a titulação anual no Brasil de 60 mil mestres e 25 mil doutores.

A UFGD contribuirá, efetivamente, com o desenvolvimento científico, tecnológico, econômico, cultural, social e ambiental de Mato Grosso do Sul, contribuindo também com a transformação do Brasil, que passa, fundamentalmente, pela Educação Superior. A Instituição será um instrumento importante de educação formal e para o desenvolvimento de Dourados, Mato Grosso do Sul, Brasil e da América Latina, especialmente para pensar o futuro da juventude e da população em geral.

Nesses oito anos, a UFGD é sinônimo de seriedade, transparência e competência. Uma parte da população da região da Grande Dourados está



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E RELAÇÕES PÚBLICAS**



vinculada diretamente à Instituição, o que impõe, cada dia mais, compromisso social e com o desenvolvimento científico e tecnológico. Por isso, e para isso, pretende-se alcançar uma Universidade consolidada, com qualidade e de porte médio, servindo de referência nacional e internacional. Acredita-se em uma UFGD forte e comprometida com a educação brasileira e a informação, gerando riquezas e trabalho e transformando pessoas em cidadãos, comportamentos em atitudes, sonhos em realidade.

### **MISSÃO**

Gerar e socializar conhecimentos, saberes e valores, por meio do ensino, pesquisa e extensão de excelência, com compromisso social.

### **OBJETIVO**

A UFGD apresenta estrutura e suporte tecnológico para atender as necessidades dos países vizinhos e pretende alcançar o status de universidade que atenda as demandas de toda a América latina, firmando novas parcerias e apresentando todo o potencial da instituição, conseqüentemente tornando-se uma referência em produção de conhecimento.

### **PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO**

É necessário o planejamento e a criação de uma campanha publicitária para o Processo Seletivo Vestibular 2014 que siga os padrões e conceitos formadores da marca UFGD e o que ela implica como missão e objetivo. O viés social e internacional da Universidade, assim como o momento comemorativo referente à avaliação do INEP/MEC, que avaliou a Instituição como a melhor de MS por cinco anos consecutivos e a bem sucedida história e o momento de expansão por que passa a UFGD, também devem ser levados em consideração.

A entrada na Universidade se dará de duas formas: via Processo Seletivo Vestibular e ingresso via Sistema de Seleção Unificado - SISU (nota do Enem). 50% das vagas serão destinadas para cada forma de ingresso, considerando que 25% dessas são destinadas à cota social.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E RELAÇÕES PÚBLICAS**



### **OBJETIVO DE DEMANDA**

Divulgar o processo seletivo da Instituição ao seu público-alvo, visando o crescimento do número de inscritos com relação aos números alcançados nos últimos anos de Vestibular, buscando novas alternativas e horizontes.

É fato que há redução gradual no número de inscritos nos processos seletivos das universidades públicas brasileiras, mesmo considerando um maior número de concluintes do ensino médio. Além disso, é fato a redução no número de inscritos nos cursos ofertados de Licenciatura.

### **OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO**

Fortalecer e posicionar a marca da UFGD como pólo de socialização de conhecimento e educação regional, através do forte contexto de miscigenação étnica/cultural e regional em que a Universidade está inserida, agregando o status de uma Instituição que pretende ser referência para a América Latina;

Ressaltar os benefícios, diferenciais e vantagens oferecidas pela UFGD no sentido de convencer e persuadir o candidato à vaga de que a Instituição é a melhor opção para o seu futuro, ascensão social e crescimento pessoal e profissional;

Demonstrar a força e a qualidade já conquistadas pela Universidade com apenas 8 anos de existência, denotando o potencial que possui no presente e no futuro.

### **PUBLICO-ALVO**

Jovens, homens e mulheres, com idade acima de 18 anos e ensino médio completo oriundos da rede pública de ensino.

### **PERÍODO**

As ações de comunicação devem ter início em setembro de 2013.

### **VERBA REFERENCIAL**





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E RELAÇÕES PÚBLICAS**

---



No cálculo da alocação dos valores para a criação, produção e veiculação da campanha de que trata este briefing no Edital, a licitante utilizará como referencial uma verba de até R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).

**ANEXOS**

**DADOS DO PROCESSO SELETIVO 2013**

**REFERÊNCIA DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO DO PROCESSO SELETIVO  
2013**

Geral



**Gênero**

Masculino	5.194
Feminino	7.471

**Forma de Ingresso**

Acesso Universal	6.620
Cotista	6.045

**Pgto Inscrição**

CONVENIO	3.431
PAGANTE	9.186
ISENTO	48

**Faixa etária**

até 1980	516
De 1981 a 1990	1.820
de 1991 a 1999	10.300

**Estado Civil**

Viúvo(a)	3
União Estável	132
Casado(a)	597
Separado(a)	18
Solteiro(a)	11.934
Divorciado(a)	70



## Cidades Origem

Abelardo Luz	1
Acopiara	3
Acreúna	1
Adamantina	6
Água Boa	4
Água Clara	1
Água Fria de Goiás	1
Águas Belas	1
Águas Formosas	1
Alegre	1
Alegrete	1
Alexânia	1
Alfenas	3
Alfredo Marcondes	2
Almenara	1
Alta Floresta	17
Altamira	5
Alto Araguaia	9
Alto Garças	1
Alto Paraguai	1
Alto Piquiri	3
Altônia	6
Álvares Machado	5
Alvorada d'Oeste	1
Amambai	260
Amaporã	1
Americana	3
Ampére	2
Anadia	1
Anápolis	34
Anastácio	8
Anaurilândia	24
Anchieta	1
Andradina	55
Angatuba	1
Angélica	34
Angra dos Reis	1
Anicuns	2
Anta Gorda	2
Antonio João	1
Antônio João	46
Aparecida	1
Aparecida de Goiânia	7
Aparecida do Taboado	22
Apiacás	2
Aporé	6
Apucarana	10
Aquidauana	90
Aracaju	5
Araçatuba	55
Araçoiaba da Serra	1
Aragarças	3
Araguaçu	1
Araguaína	4
Araguari	6





## Cidades Origem

Aral Moreira	54
Arame	1
Arapiraca	3
Arapongas	2
Araputanga	2
Araranguá	1
Araraquara	6
Araruama	1
Araruna	1
Araxá	2
Areado	1
Arenápolis	4
Ariquemes	7
Assis	29
Assis Chateaubriand	17
Astorga	2
Ataléia	1
Auriflama	1
Aurora	2
Avaré	1
Bady Bassitt	2
Baependi	1
Bagé	1
Bálsamo	1
Balsas	2
Bananeiras	1
Bandeirantes	1
Barbosa	1
Barbosa Ferraz	2
Barra Bonita	2
Barra do Bugres	7
Barra do Corda	1
Barra do Garças	6
Barra do Pirai	1
Barra do Quaraí	1
Barreiras	3
Barretos	9
Bastos	1
Bataguassu	6
Bataiporã	34
Bauru	14
Bayeux	1
Bebedouro	1
Bela Vista	96
Bela Vista de Goiás	4
Belém	6
Belo Horizonte	11
Benevides	1
Bento Gonçalves	3
Bilac	1
Birigui	27
Blumenau	1
Boa Esperança	2
Boa Ventura de São Roque	2
Boa Vista	3



### Cidades Origem

Boa Vista da Aparecida	1
Boca da Mata	1
Bocaiúva	1
Bodoquena	4
Bom Jardim de Goiás	1
Bom Jesus de Goiás	4
Bonito	25
Botucatu	4
Bragança Paulista	1
Brasilândia	12
Brasilândia de Minas	1
Brasília	1
Brasília	43
Brejo Alegre	1
Brejo dos Santos	2
Brejo Santo	1
Brodowski	1
Brumado	2
Bueno Brandão	1
Buíque	1
Buritama	2
Caarapó	220
Cabedelo	1
Cabixi	1
Cabo Frio	1
Cabo Verde	1
Caçapava	1
Caçapava do Sul	1
Cáceres	29
Cachoeira Alta	1
Cachoeira do Sul	3
Cachoeiro de Itapemirim	2
Cacoal	13
Caçu	5
Caetanópolis	1
Caetité	1
Cafelândia	3
Cajamar	1
Cajati	1
Cajazeiras	2
Caldas Novas	3
Camacan	1
Camapuã	15
Cambará	1
Cambé	3
Camboriú	1
Campina da Lagoa	3
Campina Grande	1
Campina Grande do Sul	1
Campina Verde	11
Campinópolis	1
Campinas	19
Campo Erê	1
Campo Grande	1275
Campo Largo	1





### Cidades Origem

Campo Limpo Paulista	1
Campo Mourão	17
Campo Verde	2
Campos do Jordão	1
Campos Gerais	1
Campos Novos	1
Canápolis	1
Canarana	2
Cândido Mota	1
Canhotinho	1
Canitar	1
Canoinhas	1
Capanema	2
Capão do Leão	1
Capinópolis	1
Capitão Leônidas Marques	2
Capivari	1
Caracol	17
Caraguatatuba	1
Carangola	2
Carapicuíba	2
Carazinho	1
Cardoso	1
Carira	1
Carmo do Rio Claro	1
Carmo do Rio Verde	1
Carneirinho	2
Cascavel	47
Cassilândia	70
Castilho	10
Castro	2
Catalão	12
Catanduva	5
Catanduvas	2
Caxias	1
Cerejeiras	1
Ceres	16
Céu Azul	2
Chapadão do Sul	6
Chapecó	1
Chavantes	1
Cianorte	12
Cidade Gaúcha	1
Clementina	2
Clevelândia	2
Codó	1
Coelho Neto	1
Colíder	15
Colinas do Sul	1
Colméia	1
Colorado	5
Colorado do Oeste	7
Comodoro	1
Conceição do Araguaia	1
Conceição do Castelo	1



## Cidades Origem

Concórdia	4
Condor	1
Conselheiro Lafaiete	1
Conselheiro Pena	1
Corbélia	2
Corguinho	2
Cornélio Procópio	4
Coromandel	1
Coronel Sapucaia	49
Coronel Vivida	1
Corumbá	137
Corumbiara	1
Costa Marques	1
Costa Rica	18
Coxim	85
Crateús	2
Crato	1
Cristalândia	1
Cristalina	2
Crixás	1
Cruz Alta	4
Cruzeiro	1
Cruzeiro do Oeste	3
Cruzeiro do Sul	2
Cuiabá	169
Culturama	1
Cunha Porã	1
Curimatá	1
Curionópolis	2
Curitiba	34
Currais Novos	1
David Canabarro	1
Deodápolis	74
Diadema	4
Diamante d'Oeste	1
Diamante do Norte	5
Diamante do Sul	1
Diamantino	6
Dois Córregos	1
Dois Irmãos do Buriti	9
Dois Vizinhos	6
Dom Aquino	1
Dom Pedrito	2
Douradina	29
Dourado	5
Dourados	2759
Dracena	48
Duartina	1
Eldorado	54
Elói Mendes	1
Embu-Guaçu	3
Emilianópolis	1
Enéas Marques	1
Engenheiro Beltrão	2
Erebango	1





### Cidades Origem

Espigão d'Oeste	7
Estrela d'Oeste	2
Estrela do Norte	1
Farroupilha	1
Fátima do Sul	327
Faxinal	1
Fernandópolis	20
Figueira	1
Firminópolis	2
Floraí	3
Florestópolis	1
Florianópolis	2
Flórida Paulista	3
Florínia	1
Formosa	1
Formosa do Oeste	3
Formoso	1
Fortaleza	10
Foz do Iguaçu	29
Fraiburgo	1
Franca	12
Francisco Alves	5
Francisco Beltrão	3
Francisco Morato	3
Frederico Westphalen	3
Fronteiras	1
Frutal	2
Gabriel Monteiro	1
Garanhuns	4
Garça	3
General Carneiro	3
General Salgado	5
Getulina	1
Glicério	2
Glória de Dourados	104
Goiana	1
Goianésia	7
Goiânia	228
Goianorte	1
Goiás	5
Goiatuba	5
Goioerê	4
Governador Valadares	2
Guaíra	17
Guairaçá	2
Guajará-Mirim	3
Guanambi	1
Guapiaçu	1
Guaporé	1
Guaraçai	4
Guaraciaba	1
Guaraí	1
Guarani das Missões	1
Guaraniaçu	4
Guarantã do Norte	4



### Cidades Origem

Guarapuava	5
Guararapes	8
Guaratinguetá	1
Guarujá	2
Guarujá do Sul	1
Guarulhos	10
Guia Lopes da Laguna	47
Guimarânia	1
Guiratinga	1
Gurupi	2
Guzolândia	1
Horizontina	1
Humaitá	2
Ibaiti	1
Ibiaí	1
Ibirá	2
Ibitinga	2
Icaraíma	3
Icó	1
Iconha	1
Igarapava	1
Iguatemi	34
Iguatu	1
Ijuí	9
Ilha Solteira	30
Ilhéus	1
Imperatriz	3
Indaiatuba	2
Indianópolis	1
Indiara	3
Inhapim	1
Inhumas	4
Inocência	12
Inúbia Paulista	1
Ipameri	3
Ipatinga	1
Ipaumirim	1
Ipirá	1
Iporá	13
Iporã	13
Iporã do Oeste	1
Iraí de Minas	1
Irapuru	2
Irati	2
Itaberaba	1
Itaberaí	1
Itaguajé	1
Itaipulândia	2
Itajá	8
Itamarandiba	1
Itambaracá	1
Itanhém	1
Itapaci	2
Itapetininga	1
Itapeva	3





### Cidades Origem

Itaporã	186
Itapura	1
Itapuranga	6
Itaquaquetuba	1
Itaquiraí	36
Itararé	1
Itatiba	2
Itauçu	1
Itaúna	1
Itaúna do Sul	1
Itu	3
Ituiutaba	20
Itumbiara	11
Iturama	13
Ituverava	2
Ivaiporã	3
Ivaté	3
Ivinhema	157
Jaboatão dos Guararapes	1
Jaborá	1
Jaboticaba	1
Jaboticabal	1
Jacareí	3
Jacarezinho	1
Jaciara	11
Jacundá	1
Jaguapitã	2
Jales	24
Jandaia do Sul	2
Jangada	1
Janiópolis	2
Japaratuba	1
Japorã	2
Japurá	1
Jaraguá	4
Jaraguá do Sul	2
Jardim	149
Jataí	24
Jateí	57
Jaú	4
Jauru	1
Jequié	2
Jesuítas	1
Ji-Paraná	14
Joaçaba	1
João Dourado	1
João Monlevade	1
João Pessoa	4
João Pinheiro	1
Joaquim Gomes	1
Joinville	4
José Bonifácio	5
José de Freitas	1
Juara	4
Juazeiro	1



### Cidades Origem

Juazeiro do Norte	1
Juína	5
Juiz de Fora	6
Jundiaí	6
Junqueirópolis	14
Juranda	2
Juruena	2
Juruti	2
Juscimeira	2
Juti	34
Kaloré	1
Ladário	8
Lages	3
Lagoa Formosa	1
Lagoa Santa	1
Laguna Carapã	16
Lamarão	1
Lapa	1
Laranjeiras do Sul	7
Lavínia	5
Lavras	3
Lençóis Paulista	1
Limeira	7
Lins	12
Loanda	15
Londrina	43
Lucas do Rio Verde	3
Lucélia	8
Lucrécia	1
Luiziânia	1
Lunardelli	1
Luziânia	1
Macapá	1
Macatuba	3
Macaubal	1
Maceió	2
Machado	1
Mafra	2
Mallet	1
Mamborê	1
Manaus	9
Mandaguaçu	2
Mandaguari	3
Mara Rosa	1
Marabá	1
Marabá Paulista	1
Maracá	2
Maracaju	173
Marau	1
Marcelândia	2
Marechal Cândido Rondon	12
Maria Helena	1
Marialva	2
Mariópolis	1
Marilena	3





### Cidades Origem

Marília	21
Mariluz	1
Maringá	47
Martinópolis	1
Matão	5
Matelândia	2
Matupá	3
Mauá	3
Medianeira	6
Mercedes	2
Miguel Calmon	1
Minaçu	2
Mineiros	13
Miranda	17
Mirandópolis	10
Miranorte	2
Mirante do Paranapanema	4
Mirassol	4
Mirassol d'Oeste	5
Missal	2
Mococa	1
Mogi-Mirim	2
Montalvânia	1
Monte Alegre	1
Monte Alegre de Goiás	2
Monte Aprazível	3
Monte Carmelo	1
Montes Claros	6
Montes Claros de Goiás	1
Moreira Sales	2
Morrinhos	3
Morro Agudo	2
Mucurici	1
Mundo Novo	51
Murici	1
Murutinga do Sul	5
Muzambinho	2
Não-Me-Toque	1
Natal	2
Naviraí	229
Nhandeara	1
Nilópolis	2
Nioaque	23
Niquelândia	2
Niterói	1
Nortelândia	6
Nossa Senhora da Glória	1
Nova Alvorada do Sul	24
Nova Andradina	206
Nova Aurora	2
Nova Bandeirantes	1
Nova Crixás	1
Nova Esperança	1
Nova Granada	1
Nova Guataporanga	1

# Cidades Origem

Nova Iguaçu	1
Nova Londrina	3
Nova Maringá	1
Nova Monte Verde	1
Nova Mutum	1
Nova Olinda do Maranhão	1
Nova Palma	1
Nova Prata do Iguaçu	2
Nova Resende	1
Nova Xavantina	1
Novo Hamburgo	1
Novo Horizonte	1
Novo Horizonte do Norte	1
Novo Horizonte do Sul	9
Novo São Joaquim	1
Olho d'Água das Flores	1
Olímpia	3
Orizona	2
Orlândia	1
Osasco	8
Osvaldo Cruz	13
Ourinhos	4
Ouro Preto do Oeste	1
Ouro Verde	2
Ouvidor	1
Pacaembu	5
Paçandu	4
Palma Sola	1
Palmas	8
Palmeira d'Oeste	6
Palmeira das Missões	2
Palmeira dos Índios	2
Palmeirópolis	1
Palmital	8
Palotina	15
Panorama	12
Paracatu	1
Paraguaçu Paulista	5
Paraíso do Norte	2
Paraíso do Tocantins	1
Paranaíba	69
Paranaiguara	1
Paranaíta	2
Paranapoema	1
Paranapuã	1
Paranatinga	1
Paranavaí	49
Paranhos	38
Parapuã	1
Parauapebas	2
Paraúna	2
Pariquera-Açu	1
Parnaíba	1
Passo Fundo	3
Passos	2



## Cidades Origem

Pato Branco	5
Patos de Minas	5
Patrocínio	3
Paulicéia	2
Paulo de Faria	1
Peabiru	1
Peçanha	1
Pedra Branca	1
Pedra Preta	4
Pedranópolis	1
Pedregulho	1
Pedrinhas Paulista	3
Pedro Gomes	6
Peixe	1
Peixoto de Azevedo	8
Pelotas	1
Penápolis	9
Penedo	2
Pereira Barreto	13
Perobal	2
Pérola	1
Peruíbe	2
Petrolândia	2
Petrópolis	2
Picos	1
Picuí	1
Piedade	1
Pimenta Bueno	7
Pindaí	1
Pindamonhangaba	2
Pinhão	2
Pio XII	1
Piracanjuba	1
Piracicaba	7
Pirajuí	2
Piranhas	5
Pirapozinho	4
Pirassununga	2
Pires do Rio	2
Pitanga	2
Planaltina do Paraná	3
Planalto	1
Poá	1
Poconé	5
Poços de Caldas	2
Pompéia	4
Ponta Grossa	1
Ponta Porã	559
Pontalina	1
Ponte Nova	1
Pontes e Lacerda	8
Porangatu	5
Porteirinha	2
Portelândia	1
Porto Acre	1





### Cidades Origem

Porto Alegre	11
Porto Belo	1
Porto dos Gaúchos	1
Porto Esperidião	3
Porto Grande	1
Porto Murtinho	56
Porto Nacional	2
Porto Rico	1
Porto União	2
Porto Velho	22
Posse	1
Potirendaba	2
Poxoréo	1
Praia Grande	3
Presidente Bernardes	6
Presidente Castelo Branco	1
Presidente Epitácio	20
Presidente Médici	2
Presidente Prudente	92
Presidente Venceslau	23
Primavera do Leste	10
Princesa Isabel	1
Promissão	1
Quaraí	3
Quedas do Iguaçu	3
Querência do Norte	6
Quilombo	2
Quinta do Sol	1
Quirinópolis	14
Rancharia	6
Realeza	4
Recife	11
Redenção	4
Regente Feijó	3
Resende	2
Reserva do Cabaçal	1
Riachão	1
Rialma	2
Ribas do Rio Pardo	4
Ribeirão dos Índios	3
Ribeirão Pires	1
Ribeirão Preto	9
Ribeirópolis	1
Rinópolis	3
Rio Branco	8
Rio Brilhante	162
Rio Claro	1
Rio de Janeiro	34
Rio Largo	1
Rio Negro	2
Rio Paranaíba	1
Rio Pomba	1
Rio Verde	19
Rio Verde de Mato Grosso	19
Rochedo	2



### Cidades Origem

Rolândia	5
Rolim de Moura	3
Roncador	1
Rondonópolis	51
Rosana	17
Rosário do Sul	1
Rubiataba	1
Sacramento	1
Salgueiro	1
Salmourão	2
Salto do Lontra	2
Salvador	7
Santa Albertina	1
Santa Bárbara d'Oeste	3
Santa Cruz das Palmeiras	1
Santa Cruz de Monte Castelo	3
Santa Cruz do Rio Pardo	1
Santa Cruz do Sul	1
Santa Fé	1
Santa Fé do Sul	21
Santa Helena	7
Santa Helena de Goiás	3
Santa Isabel do Ivaí	7
Santa Luzia	1
Santa Margarida	1
Santa Maria	5
Santa Mercedes	2
Santa Mônica	1
Santa Rita do Pardo	3
Santa Rita do Passa Quatro	1
Santa Rita do Sapucaí	1
Santa Rosa	2
Santa Terezinha de Goiás	1
Santa Vitória	5
Santana da Ponte Preta	1
Santana do Araguaia	1
Santana do Ipanema	2
Santana do Livramento	1
Santarém	1
Santiago	1
Santo Anastácio	5
Santo André	11
Santo Ângelo	5
Santo Antônio da Platina	1
Santo Antônio do Aracanguá	1
Santo Antônio do Sudoeste	1
Santo Augusto	1
Santo Cristo	1
Santos	10
Santos Dumont	1
São Bernardo do Campo	11
São Borja	1
São Brás	1
São Caetano do Sul	4
São Carlos	4



### Cidades Origem

São Carlos do Ivaí	1
São Domingos	2
São Félix do Araguaia	2
São Francisco	1
São Francisco de Paula	1
São Francisco do Sul	1
São Gabriel	2
São Gabriel do Oeste	35
São Gonçalo	5
São Gotardo	1
São Jerônimo	1
São João da Boa Vista	1
São João del Rei	3
São João do Oeste	1
São João do Paraíso	1
São João do Pau d'Alho	1
São Jorge d'Oeste	1
São Jorge do Patrocínio	5
São José	3
São José do Cedro	2
São José do Rio Claro	11
São José do Rio Pardo	2
São José do Rio Preto	46
São José dos Campos	7
São José dos Pinhais	2
São José dos Quatro Marcos	2
São Lourenço	1
São Lourenço do Oeste	3
São Luís	5
São Luís de Montes Belos	7
São Luiz Gonzaga	2
São Manuel	1
São Mateus	1
São Miguel do Araguaia	4
São Miguel do Iguaçu	4
São Miguel do Oeste	2
São Miguel dos Campos	3
São Paulo	139
São Paulo das Missões	1
São Sebastião	1
São Simão	1
São Vicente	3
Sapucaia do Sul	1
Sebastião Laranjeiras	2
Seberi	1
Sede Nova	1
Selbach	1
Selvíria	1
Senador Guimard	1
Senador Pompeu	1
Senhor do Bonfim	1
Serra do Salitre	1
Serrana	1
Serranópolis	1
Serranópolis do Iguaçu	1





### Cidades Origem

Sertânia	1
Sete Quedas	66
Severínia	1
Sidrolândia	20
Silvânia	1
Simões	1
Sinop	18
Sonora	4
Sorocaba	3
Sorriso	4
Sumaré	1
Suzanópolis	1
Suzano	1
Taboão da Serra	2
Tacuru	19
Taguatinga	1
Tanabi	5
Tangará da Serra	29
Tapejara	1
Tapera	2
Tapira	3
Tapiratiba	1
Taquaral de Goiás	1
Taquarussu	7
Tarumã	1
Tatuí	1
Taubaté	1
Teodoro Sampaio	6
Teófilo Otoni	2
Terenos	2
Teresina	6
Teresópolis	1
Terra Boa	1
Terra Nova do Norte	3
Terra Rica	11
Terra Roxa	2
Timbaúba	2
Timbé do Sul	2
Timóteo	1
Tocantinópolis	1
Toledo	12
Torixoréu	1
Torrinha	1
Três Corações	1
Três de Maio	3
Três Lagoas	135
Três Passos	2
Trindade	2
Tucumã	1
Tuneiras do Oeste	2
Tuntum	2
Tupã	18
Tupaciguara	1
Tupanciretã	1
Tupi Paulista	12



### Cidades Origem

Turiúba	1
Turmalina	1
Turvânia	1
Turvo	1
Uberaba	4
Uberlândia	41
Ubiratã	10
Umuarama	53
União da Vitória	3
União dos Palmares	1
Urânia	5
Uruaçu	7
Uruana	4
Uruará	1
Uruguaiana	2
Urupês	2
Valença	2
Valparaíso	1
Vargem Grande do Sul	1
Varginha	2
Várzea Grande	14
Vera	3
Vera Cruz do Oeste	2
Verê	1
Vicente Dutra	1
Vicentina	29
Viçosa	2
Vila Bela da Santíssima Trindade	3
Vila Rica	2
Vila Velha	1
Vilhena	12
Vitória	2
Vitória da Conquista	2
Votorantim	1
Votuporanga	5
Xambrê	1
Xanxerê	3
Xaxim	2
Xexéu	1
Xinguara	2
xxxxxx	1
xxxxxxx	1

MS	#REF!
SP	#REF!
PI	#REF!
PR	#REF!
RJ	#REF!
MG	#REF!
AL	#REF!
RS	#REF!
CE	#REF!
GO	#REF!
PA	#REF!
MT	#REF!
MA	#REF!
SC	#REF!
DF	#REF!
RO	#REF!
AC	#REF!
SF	#REF!
BA	#REF!
TO	#REF!
SE	#REF!
AM	#REF!
ES	#REF!
PB	#REF!
RN	#REF!
PE	#REF!
AP	#REF!
RR	#REF!





Dourados	#REF!
Jardim	#REF!
Ponta Porã	#REF!
Nova Andradina	#REF!
Paranaíba	#REF!
Naviraí	#REF!
Amambai	#REF!
Campo Grande	#REF!
Cassilândia	#REF!
Coxim	#REF!
Corumbá	#REF!
Mundo Novo	#REF!
Três Lagoas	#REF!





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS



**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO PARA O PROCESSO SELETIVO VESTIBULAR 2013**

**PEÇAS**

FOLDER  
CARTAZ  
FAIXAS  
OUTDOORS  
FULLBANNER

(disponibilizados no [www.ufgd.edu.br/comunicacao](http://www.ufgd.edu.br/comunicacao))

**VEICULAÇÃO**

TV  
RÁDIO  
INTERNET  
SHOPPING  
FAIXAS  
OUTDOORS

(planilha em anexo)

## SIMULAÇÃO DO PLANO DE DISTRIBUIÇÃO



## TELEVISÃO VEICULAÇÃO: Outubro 2012

MEIO	Veículo/Discriminação	Praça	Programação	Inserções	Total
TV	TV Morena	Campo Grande	Mais Voce	3	#REF!
			Globo Esporte	2	#REF!
			Praça TV 1ª Edição	2	#REF!
			Malhação	3	#REF!
			Novela 18h	2	#REF!
			Novela 20h	1	#REF!
			Jornal Nacional	1	#REF!
			Huck	2	#REF!
			Os Cara de Pau	2	#REF!
	TV Morena	Ponta Porã	Mais Voce	3	#REF!
			Globo Esporte	2	#REF!
			Praça TV 1ª Edição	2	#REF!
			Malhação	3	#REF!
			Novela 18h	2	#REF!
			Novela 20h	1	#REF!
			Jornal Nacional	1	#REF!
			Huck	2	#REF!
			Os Cara de Pau	2	#REF!
	TV Morena	Corumbá	Mais Voce	2	#REF!
			Globo Esporte	2	#REF!
			Praça TV 1ª Edição	2	#REF!
			Malhação	2	#REF!
			Novela 18h	1	#REF!
			Novela 20h	1	#REF!
			Jornal Nacional	1	#REF!
			Huck	1	#REF!
			Os Cara de Pau	1	#REF!
	RIT TV	Dourados	RIT Cidade	4	#REF!
			SOS Cidadão	3	#REF!
			Nosso Programa	3	#REF!
RIT Notícias			3	#REF!	
Canal Boa Vida	Dourados	Horse Brasil 09:30-10:00	6	#REF!	
		Festas e Eventos 10:00-11:00	6	#REF!	
		Programa Alfredo 12:00-13:00	9	#REF!	
		Boa Vida Music 20:00-21:00	2	#REF!	
		Especial Sertanejo 15:00-16:00)	2	#REF!	
		Programa Alfredo 22:00-23:00	4	#REF!	
		Horse Brasil 17:00-17:30	2	#REF!	
		Festas e Eventos 19:30-20:30	2	#REF!	
		Mais Estilo (14:00-14:30)	2	#REF!	
		Bares da cidade (14:00-15:00)	4	#REF!	
TOTAL TV				101	#REF!





\* Descontos de Tv a negociar, após carta de Agenciamento.

RÁDIO VEICULAÇÃO: Outubro 2012					
MEIO	Veículo/Discriminação	Praça	Programação	Inserções	Total
RÁDIO	Rádio Mega 94 FM	Campo Grande	Rotativo das 06h-24h	190	#REF!
	Rádio Capital FM		Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
	Rádio Web MS		Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
	Rádio 104 FM Rádio MS		Rotativo das 06h-19h	190	#REF!
	Rádio 94 FM Dourados	Dourados	Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
	Rádio Grande FM 92,1		Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
	Rádio FM Cidade 101		Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
	Rádio Coração		Rotativo das 06h-23h	14	#REF!
	Rádio Boa Nova 87 FM		Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
	Rádio Transamérica FM 103,7		Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
	Rádio Pantanal FM 87,9	Três Lagoas	Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
	Rádio Três Lagoas FM		Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
			Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
	Rádio PBA FM 87,9	Paranaíba	Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
	Rádio Jovem Pan	Maringá/PR	Rotativo das 00h-23h	140	#REF!
	Rádio 98 FM	Pres. Prudente/SP	Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
	Rádio Nova FM	Ponta Porã	Rotativo das 06h-23h	190	#REF!
TOTAL OUTDOOR				3.004	#REF!



FAIXAS VEICULAÇÃO: Outubro 2012				
MEIO	Cidade	Quant. Produção	Valor Instalação	Total
FAIXAS (SERIDOOOR)	Campo Grande	15	#REF!	#REF!
	Amambai	3	#REF!	#REF!
	Cassilândia	2	#REF!	#REF!
	Corumbá	3	#REF!	#REF!
	Coxim	2	#REF!	#REF!
	Jardim	2	#REF!	#REF!
	Mundo Novo	3	#REF!	#REF!
	Naviraí	3	#REF!	#REF!
	Nova Andradina	3	#REF!	#REF!
	Paranaíba	3	#REF!	#REF!
	Ponta Porã	3	#REF!	#REF!
	Três Lagoas	5	#REF!	#REF!
	Dourados	15	#REF!	#REF!
TOTAL FAIXAS		62	#REF!	#REF!

SITE VEICULAÇÃO: Outubro 2012					
MEIO	Veículo/Discriminação	Praça	Programação	Inserções (dias)	Total
INTERNET	Conesul Esportes	Dourados	Full banner topo	31	#REF!
	Dourados News		Full banner topo	31	#REF!
	Dourados Agora		Full banner baixo	31	#REF!
	MS Já - uma semana de bonificação		Full banner topo	31	#REF!
	MS Total		Full Banner topo	31	#REF!
	Douranews		Full banner topo	31	#REF!
	Dourados Informa		Full banner topo	31	#REF!
	Jornal Folha de Dourados		Full banner cabeçalho	31	#REF!
	Perfil Universitário		Full Banner capa e topo	31	#REF!
	Midiaflex		Full banner topo	31	#REF!
	Midiamax	Campo Grande	Super banner	31	#REF!
	Campo Grande News - reaplicação de 7 dias no		Full banner topo	31	#REF!
	Redes Sociais MSN (MS)	MS	*		
TOTAL INTERNET					#REF!

\* Verificando valores e negociação.

TOTAL MÍDIA				#REF!
-------------	--	--	--	-------

AÇÕES DIFERENCIADAS					
MEIO	Material	Praça	Discrimação	Quant.	R\$
Shopping Avenida Center	Locação Escada Rolante	Dourados	Shopping Av. Center	4	#REF!
	Adesivo Escada Rolante		Seridoor	4	#REF!
TOTAL PRODUÇÃO DE TERCEIROS					#REF!

\* Proposta em anexo.

\*\* Verificando valores e negociação.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

**PORTARIA Nº 793, DE 18 DE OUTUBRO DE 2012.**

O REITOR DA FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS, no uso de suas atribuições legais, estatutárias, regimentais e

CONSIDERANDO que é facultado ao Reitor delegar poderes e atribuições, bem como cancelá-los, no todo ou em parte, segundo o interesse da Administração, conforme prescreve o art. 25 § 1º, inciso XIX, do Estatuto da UFGD (Portaria MEC nº. 1.596, de 20/9/2006, publicada no Diário Oficial da União de 21/9/2006).

CONSIDERANDO que é facultado às autoridades da Administração Federal delegar competência para a prática de atos administrativos, definindo-se as autoridades delegadas e suas atribuições, viabilizando a descentralização administrativa e assegurando maior rapidez e objetividade nas decisões, em consonância com os artigos 11 e 12 do Decreto-Lei nº. 200, de 25/2/1967.

**RESOLVE:**

Art. 1º - Delegar competência ao(à) Pró-Reitor(a) de Administração para a prática dos seguintes atos:

- I. constituir comissões especiais para emitirem pareceres ou elaborarem estudos a respeito de assuntos relacionados à administração universitária;
- II. acompanhar o redimensionamento e a distribuição de espaços físicos da Universidade;
- III. dar parecer em convênios, acordos de cooperação, protocolos de intenção e similares com organizações públicas e privadas para viabilizar ações de interesse da Universidade;

IV. autorizar a interrupção de férias, dos servidores lotados na coordenadoria, por necessidade de serviço;

V. emitir instruções de serviço, bem como expedir circulares a outras unidades da Universidade, em assuntos de competência da Pró-Reitoria de Administração;

VI. decidir, em grau de recurso, sobre atos e despachos das autoridades subordinadas; dirimir conflitos de competência e de jurisdição entre essas autoridades, bem como avocar, a qualquer momento e a seu critério, a decisão de quaisquer processos administrativos no âmbito e na esfera temática da sua Pró-Reitoria ou de quaisquer assuntos a ela concernentes;

VII. representar a Universidade, interna e externamente, nos fóruns e nos debates especializados constituídos para discutir problemas, temáticas e projetos relacionados à administração universitária;

VIII. autorizar o cadastramento e a exclusão de fornecedores do sistema integrado do Governo Federal, na conforme legislação em vigor;

IX. promover licitação para obras, serviços, compras e alienação destinados as atividades-meio e às atividades-fim da UFGD, cabendo-lhe os atos de homologação e adjudicação, bem como os procedimentos de anulação e revogação de procedimentos licitatórios;

X. realizar e aprovar licitações, respeitando a legislação vigente e determinações da Administração Central da Universidade e das autoridades superiores da Administração Federal;

XI. ratificar as dispensas de licitação, nos termos do artigo 24, da Lei nº. 8.666/93, bem como as declarações de inexigibilidade de licitação, nos termos do artigo 25 da supramencionada lei, conforme legislação vigente;

XII. autorizar a realização de leilões, respeitada a legislação vigente;

XIII. validar atos administrativos necessários à administração de material, patrimônio, serviços em geral, transporte, conservação e manutenção de edifícios públicos;



XIV. adotar os procedimentos para organizar o acompanhamento e dar parecer sobre contratos, acordos e ajustes, bem como aplicar penalidades nos termos da legislação em vigor;

XV. aplicar penalidades, no âmbito da administração central, aos fornecedores e prestadores de serviço inadimplentes considerando a legislação em vigor;

XVI. designar, por meio de Instrução de Serviço, gestores e fiscais para acompanhamento e fiscalização de contratos, convênios, acordos de cooperação, protocolos de intenção e similares;

XVII. autorizar os servidores da UFGD a dirigir os veículos oficiais desta Universidade, desde que devidamente habilitados e no cumprimento de tarefas do interesse da instituição;


Art. 2º - As delegações constantes da presente Portaria estendem-se ao(à) substituto(a) do(a) titular do(a) Pró-Reitor(a) de Administração, devidamente nomeado(a), quando no exercício da função.

Art. 3º - As competências delegadas nesta Portaria podem ser subdelegadas a outras autoridades universitárias subordinadas ao(à) titular da Pró-Reitoria de Administração.

Art. 4º - Todas as práticas aqui delegadas devem estar em consonância com a legislação federal vigente e com as normas e instruções internas desta Universidade.

Art. 5º - O Reitor da UFGD, sempre que julgar conveniente, deliberará sobre quaisquer dos assuntos tratados nesta Portaria, sem prejuízo da presente delegação de competência.

Art. 6º - Esta Portaria entra em vigor na data de sua assinatura.

  
Prof. Damião Duque de Farias

Prof. Sídney Azevedo de Souza  
Pró-Reitor de Administração  
PRAD/UFGD

25/04/13

A Comp  
para providências

Recebido em  
26/04/2013  
Assessoria Jurídica  
Mestrado em Direito  
Coordenador Profa. Dr.ª Sampaio



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS



**PORTARIA Nº 528, DE 13 DE JUNHO DE 2014.**

O REITOR DA FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS, usando de suas atribuições legais e tendo em vista o disposto na Lei nº 8.666/93, RESOLVE:

Art. 1º - Constituir, com a composição abaixo, Comissão Permanente de Licitação na UFGD, para o exercício 2014/2015, para realizar os procedimentos licitatórios, processar e julgar inscrição em registro cadastral, a sua alteração ou cancelamento, habilitação preliminar e propostas.

**Presidente:**

**PAULO ROBERTO BATISTA** – Matrícula/SIAPE nº 1826920, Chefe da Divisão de Licitação.

**Membros:**

**VANDER SOARES MATOSO** – Matrícula/SIAPE nº 1621532, Coordenador de Compras/PRAD;

**CARLOS AUGUSTO DE ALMEIDA SILVA** – Matrícula/SIAPE nº 1868083, Chefe da Seção de Compras;

**JOSÉ CARLOS NOGUEIRA** – Matrícula/SIAPE nº 1144942, Chefe da Divisão de Manutenção e Patrimônio.

Art. 2º – O presidente da Comissão, nos seus afastamentos e impedimentos legais, será substituído pelo servidor **VANDER SOARES MATOSO**.

**Prof. Damião Duque de Farias**





**PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA  
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 4 DE 21 DE DEZEMBRO DE 2010.**

**Disciplina as licitações e os contratos de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda a órgão ou entidade do Poder Executivo Federal e dá outras providências.**

**O MINISTRO DE ESTADO CHEFE DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA (SECOM)**, no uso da competência que lhe conferem o art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição Federal, e o art. 2º-B, inciso V, da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, com fundamento na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e no Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, mediante a aplicação complementar das Leis nºs 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1993, **resolve:**

**Capítulo I  
DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES**

Art. 1º Os procedimentos referentes às licitações e à execução dos contratos de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda a órgão ou entidade obedecerão ao disposto nesta Instrução Normativa, no Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, no Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e, de forma complementar, nas Leis nºs 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 2º Para fins desta Instrução Normativa, considera-se:

I - **ação publicitária**: o conjunto dos serviços executados internamente pela agência contratada e dos serviços por ela intermediados junto a fornecedores e a veículos de divulgação, referentes a peça e ou material publicitário, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral;

II - **agência**: a agência de propaganda especializada na arte e na técnica publicitárias, que, com a utilização de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade;

III - **anunciante**: o órgão ou a entidade que realize licitação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência e ou que seja signatário de contrato dessa espécie de serviços;

IV - **atividades complementares**: as atividades referentes à execução de serviços especializados prestados por fornecedores, previstos nos incisos I, II e III do art. 9º desta Instrução Normativa;

V - **briefing**: o documento elaborado pelo anunciante no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para a elaboração de proposta pela licitante, na licitação;



**VI - cadastro de fornecedores:** o cadastro de pessoas físicas ou jurídicas aptas a fornecer serviços especializados à contratada, relacionados com as atividades complementares referentes à execução do objeto do contrato;

**VII - cadastro para a subcomissão técnica:** o cadastro integrado pelas pessoas cujos nomes possam compor relação da qual serão extraídos por sorteio os participantes da subcomissão técnica de determinada licitação;

**VIII - coleta de orçamento:** o procedimento utilizado para escolher a melhor proposta de fornecimento de bens ou serviços especializados à contratada;

**IX - comissão especial:** a comissão criada por anunciante especialmente com a função de processar e julgar os procedimentos relativos às licitações, exceto quanto à análise e julgamento das propostas técnicas;

**X - campanha:** o conjunto coordenado de peças e ou de material de publicidade criados e produzidos para veiculação, exposição e ou distribuição, conforme o caso;

**XI - compra de mídia:** a compra, pela contratada, de espaço e ou tempo para a inserção de mensagens em veículos de divulgação;

**XII - contratada:** a agência ou o consórcio de agências contratado para prestar serviços de publicidade;

**XIII - contrato:** o instrumento firmado entre órgão ou entidade e agência ou consórcio de agências, para a prestação de serviços de publicidade;

**XIV - distribuição:**

a) o modo, indicado pela licitante, como deve ser feita a veiculação, exposição e ou distribuição ('b') das peças e ou material integrantes de sua proposta;

b) o encaminhamento de peças e ou material, pelo anunciante ou pela contratada, a públicos de interesse;

c) a referência genérica feita a procedimentos adotados pela contratada para que peças e ou material cheguem a veículos de divulgação.

**XV - exposição:** a colocação de mensagem em espaços não comercializados;

**XVI - fornecedor:** a pessoa física ou jurídica previamente cadastrada pelo anunciante, apta a fornecer à contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

**XVII - licitação:** uma das modalidades de licitação previstas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 1993, aplicável à licitação dos serviços de publicidade;

**XVIII - licitante:** a agência ou o consórcio de agências participante de licitação;

**XIX - meio de divulgação:** o conjunto de veículos da mesma espécie;

**XX - mídia:** o conjunto dos meios ou dos veículos de divulgação;



XXI - **não mídia**: os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária;

XXII - **peça e material publicitário**: os elementos isolados de comunicação publicitária ou integrantes de uma campanha;

XXIII - **pedido de inserção**: o documento por meio do qual a contratada formaliza a contratação da compra de mídia;

XXIV - **plano de mídia**: o documento que reúne as estratégias e as táticas a serem adotadas em relação aos meios de divulgação e apresenta a programação de veículos e programas para se atingir determinado objetivo. Quando inclui peças e material de não mídia, diz-se plano de mídia e não mídia;

XXV - **órgão ou entidade**: o ministério, a secretaria especial, a autarquia, a fundação, a empresa pública ou a sociedade de economia mista, integrante do Poder Executivo Federal;

XXVI - **reserva de espaço e ou tempo**: a ação por meio da qual a contratada manifesta a intenção de utilização de espaço e ou tempo em veículos de divulgação;

XXVII - **seleção interna**: o procedimento instituído pelo anunciante para escolher a melhor proposta entre as apresentadas pelas contratadas para a realização de uma ação publicitária;

XXVIII - **serviço de publicidade**: 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, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral;

XXIX - **subcomissão técnica**: a comissão especialmente criada por anunciante com a função de analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas na licitação;

XXX - **veiculação**: a transmissão de mensagem publicitária por veículo de divulgação;

XXXI - **veículo de divulgação**: qualquer empresa ou entidade capaz de comercializar espaço e ou tempo publicitário e de transmitir mensagens ao público.

## Capítulo II

### DA LICITAÇÃO

#### Seção I

#### Das disposições gerais

Art. 3º Os serviços de publicidade previstos nesta Instrução Normativa serão contratados com agência cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§ 1º A execução externa da ação publicitária será efetuada mediante a intermediação da contratada, por ordem e conta do anunciante.

§ 2º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no *caput* deste artigo será obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.



Art. 4º O anunciante poderá instituir processo licitatório que preveja a adjudicação do objeto a mais de uma agência, no mesmo certame, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, decisão que será fundamentada nos autos do procedimento licitatório.

§ 1º As contratadas atuarão de acordo com solicitação do anunciante e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhuma das ações publicitárias objeto da contratação, as quais serão executadas indistintamente e independentemente da classificação das contratadas no certame.

§ 2º Para a execução das ações publicitárias realizadas ao abrigo dos contratos referidos no § 1º deste artigo, o anunciante instituirá procedimento de seleção interna entre as contratadas, em função do montante de recursos envolvidos e das características das ações a serem realizadas, de acordo com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

§ 3º O procedimento de que trata o § 2º deste artigo será aprovado pela administração e publicado no Diário Oficial da União.

Art. 5º A licitação será processada de acordo com as modalidades concorrência, tomada de preços ou convite, definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos 'melhor técnica' ou 'técnica e preço'.

Art. 6º Será previamente submetida à SECOM a minuta de edital de licitação destinado à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência, de responsabilidade:

I - da administração direta em todos os casos;

II - da administração indireta, na contratação de valor anual superior a 4 (quatro) vezes o limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 1993.

§ 1º Para a análise da SECOM, a minuta de edital deverá estar acompanhada do *briefing* e dos demais documentos que o integram, após prévia aprovação do órgão jurídico do anunciante.

§ 2º O anunciante utilizará o roteiro que constitui o Anexo I desta Instrução Normativa para a elaboração do *briefing*, com as adaptações necessárias ao atendimento das finalidades de cada caso.

§ 3º A SECOM terá 10 (dez) dias úteis para análise e pronunciamento sobre a minuta de edital, com seus anexos, que lhe for previamente submetida.

Art. 7º A SECOM dará consultoria, para elaboração de minuta de edital de que trata o art. 6º, ao anunciante que solicitar.

## **Seção II**

### **Do objeto**

Art. 8º Constituem objeto do edital de licitação e do contrato os serviços de publicidade definidos no inciso XXVIII do art. 2º.

Art. 9º Podem integrar o objeto do edital e do contrato as atividades complementares pertinentes aos seguintes serviços especializados:



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

II - criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

III - produção e execução técnica das peças e ou material criados pela contratada.

§ 1º É vedado incluir outros serviços não previstos neste artigo, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

§ 2º As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no inciso I deste artigo terão a finalidade de:

I - gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do anunciante, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

II - aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

III - possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

§ 3º Não se compreendem como patrocínio mencionado no § 1º deste artigo os patrocínios publicitários de que trata o parágrafo único, I e II, do art. 2º da Instrução Normativa nº 2, de 16 de dezembro de 2009.

§ 4º É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços compreendidos no objeto do edital.

### Seção III Da proposta técnica

Art. 10. Os quesitos e subquesitos que compõem a proposta técnica, os atributos a serem considerados no julgamento e os parâmetros de pontuação integram o Anexo II desta Instrução Normativa.

§ 1º Os critérios de pontuação para o julgamento da proposta técnica serão fixados pelo anunciante em função das informações integrantes do *briefing* e das peculiaridades de suas ações de comunicação publicitária, tendo como base os percentuais máximos e mínimos estabelecidos para cada conjunto de atributos previstos no mencionado Anexo II.

§ 2º O anunciante, mediante justificativas técnicas, poderá propor à SECOM:

I - a alteração dos atributos e parâmetros de pontuação previstos no *caput*, bem como a retirada de parte deles ou o acréscimo de outros, no tocante ao quesito plano de comunicação publicitária e a seus subquesitos;

II - a alteração de quesitos, atributos e parâmetros de pontuação previstos no *caput*, bem como a retirada de parte deles ou o acréscimo de outros, no tocante aos quesitos capacidade de atendimento, repertório e relato de soluções de problemas de comunicação.



§ 3º O julgamento do quesito plano de comunicação publicitária, composto dos subquesitos raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, idéia criativa e estratégia de mídia e não mídia, será efetuado com base em proposta sem identificação de sua autoria.

#### **Sessão IV** **Da proposta de preços**

Art. 11. A proposta de preços será constituída dos seguintes quesitos, a depender da composição dos serviços complementares integrantes do objeto:

I - percentual de desconto sobre os custos dos serviços executados pela contratada;

II - percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

III - percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

IV - percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

§ 1º O anunciante, mediante justificativas técnicas, poderá propor à SECOM alteração, retirada ou acréscimo de quesitos.

§ 2º Os critérios de pontuação da proposta de preços serão fixados pelo anunciante em função das peculiaridades de suas ações de comunicação publicitária.

§ 3º O anunciante poderá solicitar à SECOM informações sobre descontos, honorários e repasses vigentes em contratações similares de outros integrantes do Poder Executivo Federal, para instrução de processo licitatório e prorrogação de vigência contratual.

#### **Seção V** **Do edital**

Art. 12. A elaboração do edital obedecerá às exigências do art. 40 da Lei nº 8.666, de 1993, exceto em relação ao projeto básico e ou executivo e ao orçamento estimado em planilhas de quantitativos de preços unitários, previstos no § 2º, incisos I e II do mencionado dispositivo legal.

Art. 13. O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório.

#### **Subseção I** **Das disposições do edital sobre a proposta técnica**

Art. 14. O edital determinará que:



I - o plano de comunicação publicitária será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria;

II - será vedada a aposição, em qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;

III - será vedada a aposição no invólucro referente à capacidade de atendimento, ao repertório e ao relato de soluções de problemas de comunicação, assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da autoria do plano de comunicação publicitária, em momento anterior à abertura do invólucro que contém sua via identificada;

IV - será desclassificada a licitante que descumprir o disposto nos incisos II e III deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório;

V - será atribuída pontuação à proposta técnica desclassificada por descumprir o edital, exceto no tocante às condutas vedadas previstas nos incisos II e III deste artigo, cuja planilha ficará acondicionada em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica até que se expire o prazo para recurso;

VI - 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 subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

VII - no caso do inciso VI deste artigo, se persistir a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito, os autores das pontuações deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão técnica e passará a compor o processo da licitação;

VIII - as propostas técnicas serão apresentadas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para o conjunto formado pela capacidade de atendimento, repertório e relato de soluções de problemas de comunicação;

IX - o invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido pelo anunciante responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação;

X - a comissão especial de licitação não receberá nenhum dos invólucros com as propostas técnica e de preços, se o invólucro com a via não identificada do plano de comunicação publicitária estiver identificado, apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou, ainda, se estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante;

XI - a via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, com a identificação da licitante, sem os exemplos de peças e ou material referentes à ideia criativa;

XII - os exemplos de peças e ou material da ideia criativa podem ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;



b) protótipo ou 'monstro', para rádio e internet;

c) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

XIII - os exemplos de peças e ou material da idéia criativa devem ter formatos compatíveis com suas características e adequarem-se às dimensões do invólucro fornecido pelo anunciante;

XIV - deverá constar do plano simulado de distribuição das peças e ou do material da estratégia de mídia e não mídia um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição;

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 ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

XV - na apuração dos valores de que trata a alínea 'c' do inciso XIV deste artigo, serão utilizados os preços de tabela cheia dos veículos;

XVI - cada relato de soluções de problemas de comunicação deverá ser formalmente referendado pelo respectivo cliente;

XVII - as peças e ou o material do repertório e o relato de soluções de problemas de comunicação não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas ou aprovadas pelo anunciante.

§ 1º Outras exigências poderão ser determinadas no edital, sem a imposição de regras que possam restringir o universo de potenciais concorrentes ou o caráter competitivo da licitação.

§ 2º As informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas no *briefing*, que constituirá anexo do edital.

Art. 15. O edital conterá:

I - os quesitos e subquesitos da proposta técnica, os critérios de julgamento e a pontuação atribuível a cada quesito ou subquesito;

II - o número máximo de páginas para o conjunto de textos de cada quesito;



III - os critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo 'melhor técnica';

IV - o formato para apresentação do plano de comunicação publicitária, que será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e ou material e a outros aspectos pertinentes, exceto na elaboração das tabelas, gráficos e planilhas integrantes do plano de mídia e não mídia, em que a licitante poderá utilizar as fontes tipográficas que julgar mais adequadas para sua apresentação;

V - a data de vigência das tabelas de preços dos veículos a serem considerados no cômputo dos valores de que trata a alínea 'c' do inciso XIV do art. 14;

VI - as condições de apresentação dos textos e documentos da capacidade de atendimento, do repertório e do relato de soluções de problemas de comunicação;

VII - o número de relatos de soluções de problemas de comunicação que deverá ser apresentado e o número de peças e ou material permitido para cada relato;

VIII - o modo como cada relato de soluções de problemas de comunicação deverá ser formalmente referendado pelo respectivo cliente;

IX - o número de peças e ou material que deverá constituir o repertório;

X - o número máximo de exemplos de peças e ou material que poderá ser apresentado na idéia criativa;

XI - a data a partir da qual devem ter sido veiculadas, expostas e ou distribuídas as peças e ou material do repertório;

XII - a data a partir da qual devem ter sido implementadas as propostas descritas no relato de soluções de problemas de comunicação.

§ 1º A fixação no edital das datas de que tratam os incisos XI e XII deste artigo deve ser precedida de cuidados capazes de não restringir o caráter competitivo do certame.

§ 2º A depender das circunstâncias do caso concreto, relacionadas com o valor estimado da contratação, com a expectativa do número de licitantes e outros aspectos pertinentes, o número máximo de exemplos de que trata o inciso X e as datas de que tratam os incisos XI e XII, todos deste artigo, poderão não ser fixados no edital.

#### Subseção II

#### **Das disposições do edital sobre a proposta de preços**

Art. 16. No tocante à proposta de preços, o edital:

I - poderá estabelecer que não haverá remuneração ou ressarcimento para parte dos serviços mencionados nos incisos I, II, III e IV do art. 11, em função das peculiaridades das ações de publicidade do anunciante, considerando, sobretudo, a participação relativa da veiculação no total das despesas previstas;



II - estabelecerá que o ressarcimento dos custos dos serviços executados pela contratada, se previsto no edital, será feito com base na tabela referencial de custos internos do sindicato das agências de propaganda sediada na unidade da federação do anunciante responsável pela licitação;

III - determinará que o anunciante não pagará à contratada, honorário ou qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores referentes à produção de peça e ou material cuja distribuição proporcione a ela o desconto devido às agências pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

IV - estipulará a parcela do desconto de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965, que a contratada repassará ao anunciante, de acordo com as normas em vigor;

V - determinará os critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta de menor preço, em caso de empate na soma de pontos das propostas de preço, nas licitações do tipo 'melhor técnica'.

§ 1º Na unidade da federação em que não haja sindicato de agências de propaganda em funcionamento ou tabela referencial de custos internos, o anunciante deverá solicitar orientação da Federação Nacional das Agências de Propaganda (Fenapro), para os fins previstos no inciso II deste artigo.

§ 2º O edital determinará que o repasse de que trata o inciso IV deste artigo será efetuado sob a forma de desconto, quando do pagamento de cada fatura de veiculação, e estabelecerá, se for o caso, as condições a serem observadas pela contratada em relação à veiculação realizada no exterior.

### **Subseção III Da habilitação**

Art. 17. No tocante à habilitação, o edital determinará que:

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas;

II - encerrado o prazo para a interposição de recurso em face do resultado final do julgamento das propostas, as licitantes classificadas serão convocadas para apresentação dos documentos de habilitação;

III - a comissão especial de licitação tomará as seguintes providências:

a) recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação das licitantes classificadas, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no edital;

b) decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes classificadas e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea 'a' do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 1993.

IV - reconhecida a habilitação das licitantes, na forma da alínea 'b' do inciso III deste artigo, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto da licitação, com a observância da faculdade de adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, nos termos do art. 4º.

Parágrafo único. A comissão especial de licitação cuidará para que a convocação prevista no inciso II deste artigo seja feita de modo a proporcionar às licitantes, tempo razoável para a obtenção dos Documentos de Habilitação exigidos no edital.



**Seção VI**  
**Do processamento e julgamento da licitação**

Art. 18. A licitação será processada e julgada por comissão especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, que serão efetuados por subcomissão técnica.

Art. 19. O processamento e o julgamento da licitação obedecerão aos seguintes procedimentos mínimos:

I - apresentação à comissão especial, pelas licitantes e em sessão pública, dos invólucros contendo as propostas de preço e as propostas técnicas, sendo estas últimas em 3 (três) invólucros distintos, um com a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um com a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro com a capacidade de atendimento, o repertório e o relato de soluções de problemas de comunicação;

II - exame da conformidade dos invólucros com os critérios especificados no edital para sua apresentação;

III - retirada dos documentos do invólucro contendo a via não identificada do plano de comunicação publicitária e abertura do invólucro contendo os documentos referentes à capacidade de atendimento, o repertório e o relato de soluções de problemas de comunicação;

IV - rubrica dos documentos que constituem os conteúdos dos invólucros mencionados no inciso III deste artigo;

V - rubrica no fecho dos invólucros que contêm a via identificada do plano de comunicação publicitária e a proposta de preços;

VI - encaminhamento dos invólucros contendo as vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária à subcomissão técnica;

VII - análise individualizada e julgamento, pela subcomissão técnica, dos planos de comunicação publicitária, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à comissão especial de licitação das propostas, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

VIII - encaminhamento dos invólucros com a capacidade de atendimento, o repertório e o relato de soluções de problemas de comunicação à subcomissão técnica;

IX - análise individualizada e julgamento, pela subcomissão técnica, da capacidade de atendimento, do repertório e do relato de soluções de problemas de comunicação, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à comissão especial de licitação das propostas, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

X - convocação das licitantes para a sessão pública prevista no inciso XI deste artigo;

XI - abertura, em sessão pública, dos invólucros contendo a via identificada do plano de comunicação publicitária, cotejo com as vias não identificadas para identificação de seus autores, elaboração de planilha geral das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e, separadamente, aos demais quesitos de cada proposta e proclamação do resultado do julgamento das propostas técnicas;



XII - publicação do resultado do julgamento das propostas técnicas, indicando as licitantes desclassificadas e as classificadas, em ordem decrescente de pontuação, e oferecimento de prazo para eventuais recursos;

XIII - convocação das licitantes classificadas para a sessão pública prevista no inciso XIV deste artigo;

XIV - abertura, pela comissão especial de licitação e em sessão pública, dos invólucros contendo as propostas de preços;

XV - adoção dos procedimentos estipulados no art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993, para as licitações do tipo 'melhor técnica' ou 'técnica e preço', conforme o caso, e elaboração da respectiva planilha com as pontuações;

XVI - publicação do resultado do julgamento das propostas de preços e do julgamento final das propostas técnicas e de preços e oferecimento de prazo para eventuais recursos;

XVII - convocação das licitantes classificadas no julgamento final das propostas técnicas e de preços para apresentação dos respectivos documentos de habilitação;

XVIII - abertura e análise dos documentos de habilitação pela comissão especial de licitação, que decidirá sobre o atendimento dos requisitos fixados no edital e abrirá prazo para eventuais recursos;

XIX - homologação do certame e adjudicação do objeto.

§ 1º A comissão especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

§ 2º A comissão especial, antes do procedimento previsto no inciso IV deste artigo, deve adotar medidas para evitar que seus membros e os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

§ 3º Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

§ 4º As planilhas previstas nos incisos VII e IX deste artigo conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do plano de comunicação publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos capacidade de atendimento, repertório e relato de soluções de problemas de comunicação de cada licitante.

Art. 20. Sem prejuízo do cumprimento das formalidades e exigências decorrentes do procedimento licitatório, o presidente da comissão especial de licitação elaborará relatório constituído:

I - de documento com a exposição dos principais atos e fatos pertinentes ao processamento da licitação, incluídos:

a) a descrição da metodologia de trabalho adotada no julgamento das propostas em cada quesito;

b) a indicação das licitantes habilitadas, dos eventuais casos de inabilitação e de suas razões, dos recursos interpostos, se houver, e das decisões tomadas pelo anunciante;





c) a indicação das licitantes classificadas com suas notas técnicas, das notas atribuídas a cada proposta de preços e da(s) licitante(s) vencedora(s) do certame; e

d) os comentários e sugestões que possam contribuir para o aperfeiçoamento das licitações de serviços de publicidade do Poder Executivo Federal.

II - das planilhas e justificativas previstas nos incisos VII, IX, XI e XV do art. 19;

III - dos questionamentos e pedidos de esclarecimento porventura apresentados sobre as propostas técnicas e de preços e suas respectivas respostas.

Parágrafo único. Os documentos referidos nos incisos II e III poderão ser fornecidos por cópia.

Art. 21. O relatório a que se refere o art. 20 será encaminhado à SECOM imediatamente após a homologação da licitação.

Parágrafo único. A SECOM poderá solicitar informações adicionais à comissão especial de licitação para composição de banco de dados.

## Seção VII Da subcomissão técnica

Art. 22 A composição e a constituição da subcomissão técnica obedecerão aos seguintes critérios e procedimentos:

I - a subcomissão será composta por pelo menos 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou *marketing* ou que atuem em uma dessas áreas;

II - pelo menos 1/3 (um terço) dos membros da subcomissão não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o anunciante responsável pela licitação;

III - a escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de relação que terá, no mínimo, o triplo do número de membros que integrarão a subcomissão, previamente cadastrados pelo anunciante responsável pela licitação;

IV - a relação dos nomes indicados no sorteio para compor a subcomissão será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio;

V - o sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o anunciante responsável pela licitação, nos termos dos incisos II e III deste artigo.

§ 1º Os nomes dos potenciais membros da subcomissão técnica integrarão a relação prevista no inciso III deste artigo, que conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o anunciante responsável pela licitação.

§ 2º Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado na licitação poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o § 1º deste artigo, mediante a apresentação de justificativa para a exclusão.

§ 3º 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.

§ 4º 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 artigo.

§ 5º Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no inciso III deste artigo.

§ 6º Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

§ 7º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no inciso IV deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

§ 8º Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 1993, a relação prevista no § 1º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

§ 9º Quando a licitação for processada sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou *marketing*.

### **Capítulo III DOS CONTRATOS**

#### **Seção I Das disposições gerais**

Art. 23. A definição do objeto do contrato de serviços previstos nesta Instrução Normativa e de suas cláusulas dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório da licitação e aos termos da legislação aplicada à espécie.

Art. 24. O contrato vedará expressamente a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços compreendidos em seu objeto.

Art. 25. A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à contratada.

§ 1º A contratada não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do anunciante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.





§ 2º O desrespeito ao disposto no § 1º deste artigo 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 no *caput* do art. 87 da Lei nº 8.666, de 1993.

Art. 26. Somente integrantes do cadastro de fornecedores mantido pelo anunciante poderão fornecer à contratada cotações de preços de bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares.

Parágrafo único. O cadastro de fornecedores será realizado mediante credenciamento ou por outro meio que possibilite reunir número adequado de interessados em condições técnicas de atender às necessidades das ações publicitárias a serem realizadas ao longo da execução do contrato.

## Seção II

### Da execução dos contratos

Art. 27. A execução do contrato de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência dar-se-á em total conformidade com os termos e as condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

Parágrafo único. A juízo do contratante, a(s) campanha(s) publicitária(s) da(s) proposta(s) vencedora(s) da licitação que deu origem ao(s) contrato(s) poderá(rão) ou não vir a ser produzida(s) e distribuída(s), com ou sem modificações, na(s) sua(s) vigência(as).

Art. 28. A contratada só poderá reservar e comprar espaço e ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do respectivo anunciante, se previamente os identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

Art. 29. Para o fornecimento de bens ou serviços especializados a contratada observará as seguintes condições:

- I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II - apresentar, pelo menos, 3 (três) orçamentos coletados entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- III - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- IV - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;
- V - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativo ao seu domicílio ou sede, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o serviço a ser fornecido.

§ 1º No caso previsto no *caput* e incisos deste artigo, quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a contratada coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do anunciante.



§ 2º O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 1993, está dispensado do procedimento previsto no § 1º deste artigo.

§ 3º O anunciante procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no Sistema de Disponibilização de Referências (SIREF), de que trata o art. 8º da Instrução Normativa SECOM nº 2, de 16 de dezembro de 2009.

§ 4º Para atender ao disposto no inciso II deste artigo, a SECOM implantará sistema de gerenciamento do cadastro de fornecedores de pessoas físicas ou jurídicas aptas a fornecer bens ou serviços especializados às agências de propaganda contratadas por órgãos da administração direta do Poder Executivo Federal.

§ 5º Será admitida a utilização do cadastro de fornecedores previsto no inciso II deste artigo por entidades da administração indireta como fornecedores de informações ou usuários.

§ 6º As disposições deste artigo não se aplicam à compra de mídia.

Art. 30. Para pagamento das despesas com veiculação, deverão constar dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente.

§ 1º Pertencem ao anunciante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de contratada, incluídos os descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

§ 2º O disposto no § 1º deste artigo não abrange os planos de incentivos concedidos por veículos às contratadas, de que trata o art. 25.

§ 3º Quando não for possível a apresentação do relatório de checagem de veiculação previsto neste artigo, a contratada demonstrará essa impossibilidade, para que o contratante pondere e decida.

Art. 31. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio do anunciante na internet, em local específico para esse fim, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

Parágrafo único. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço prestado por fornecedores e de cada meio de divulgação.

Art. 32. A contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos.

Art. 33. Quando permitido o ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores de serviços especializados abrangidos pelo contrato, o anunciante deverá exigir comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo valor líquido, sem a incidência de honorários à contratada.



Art. 34. Caberá ao gestor ou fiscal do contrato verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos pelo anunciante à contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela contratada.

Art. 35. A vigência dos contratos poderá ser prorrogada na forma da legislação que trata das licitações e contratos administrativos.

### Seção III

#### Da avaliação de desempenho da contratada

Art. 36. O anunciante avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada.

§ 1º A avaliação semestral será efetuada com base em questionário a ser preenchido pelo dirigente da unidade administrativa que tenha a atribuição de gerir as atividades de comunicação social do anunciante ou por seu subordinado especializado na gestão publicitária, caso em que será obrigatória a concordância do titular da unidade com a avaliação, mediante sua assinatura no questionário.

§ 2º É recomendável que os servidores que mantenham relacionamento com a contratada avaliada sejam ouvidos formalmente antes do preenchimento do questionário.

Art. 37. Cópia do questionário de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal do contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

Art. 38. A avaliação referida no art. 36 deverá ser considerada pelo anunciante para:

I - apurar a necessidade de solicitar, da contratada, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados;

II - decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual;

III - fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

### Capítulo IV

#### DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 39. A Subchefia-Executiva da Secretaria de Comunicação Social poderá editar orientações complementares com vistas ao cumprimento desta Instrução Normativa.

Art. 40. Ficam revogadas as Instruções Normativas nº 2, de 27 de abril de 1993, nº 7, de 13 de novembro de 1995, nº 16, de 13 de julho de 1999, e nº 21, de 27 de julho de 2001.

**FRANKLIN MARTINS**



## **Anexo I**

### **ROTEIRO PARA ELABORAÇÃO DE BRIEFING**

#### **1. Situação Geral**

- Perfil, missão, funções e áreas de atuação do anunciante, no mercado ou na sociedade, suas vinculações históricas e institucionais, seus valores e cultura.
- Evolução da imagem, reputação ou conceito do anunciante junto à sociedade e a seus públicos de interesse.
- Principais características, reputação ou conceito da marca de produtos, serviços, programas ou ações sociais.
- Mercado, atual e potencial, segmentos de público ou segmentos sociais com que se relaciona.
- Regiões em que o produto, serviço, programa ou ação social tem maior presença; participação/atuação do anunciante no mercado/sociedade.
- Formas de distribuição do produto, serviço, programa ou ação social, canais mais utilizados, distribuição geográfica dos canais, restrições operacionais, tecnológicas, éticas ou políticas para uso de outros canais.
- Principais concorrentes diretos e indiretos.
- Pontos fortes e fracos (institucionais e/ou mercadológicos) em relação aos principais concorrentes, que sejam relevantes para a comunicação publicitária.
- Diferenciais mercadológicos, vantagem competitiva dos produtos e serviços dos concorrentes em relação aos do anunciante.
- Transformações ocorridas, em curso ou vislumbradas, em seu ambiente de atuação e sua inserção nesse ambiente.
- Mudanças institucionais e operacionais pelas quais passou, está passando ou deverá passar nos próximos anos e que interferiram, estão interferindo ou poderão vir a interferir em suas relações mais diretas com a sociedade e, principalmente, com seus públicos de interesses.

#### **2. Problema ou Desafio de Comunicação**

- Descrição do problema, da dificuldade vivenciada, ou do desafio específico, concreto e importante que o anunciante pretende superar ou enfrentar com a contribuição da ação de comunicação a ser proposta pela agência de propaganda.

#### **3. Objetivos de Comunicação – Geral e Específicos**

- Principais pontos que o anunciante pretende consolidar ou alterar.
- Incremento de vendas de produtos e/ou serviços.
- Lançamento de novos produtos, serviços, programas ou ações sociais.
- Reposicionamento de conceitos e atributos de produtos e/ou serviços.
- Reposicionamento, reformulação ou reforço de conceito e/ou da imagem, junto à sociedade e/ou públicos de interesse.

#### **4. Públicos-alvo**

- Públicos a serem atingidos pela campanha publicitária.
- Perfil sócio-demográfico: idade, sexo, escolaridade, classe social, ocupação, nível de renda, localização;





- Perfil psicológico: hábitos de consumo de comunicação, atitudes e comportamentos em relação ao produto, serviço, programa ou ação social;

- Razões de uso do produto, serviço, programa ou ação social: por que utiliza, que benefícios espera e que fatores influenciam sua decisão de compra/uso.

#### **5. Praças**

- Locais indicados para a realização da ação de comunicação, regiões ou cidades prioritárias para atingimento do público-alvo.

#### **6. Período**

- Período apropriado para a campanha publicitária, sazonalidade dos serviços prestados, se houver.

*(Observação: pode ser informado nesse item que a agência de publicidade pode indicar o período de realização da campanha publicitária)*

#### **7. Verba Referencial para Investimento**

- Valor colocado como referência para a agência desenvolver a campanha publicitária, condizente com os objetivos de comunicação, públicos a serem atingidos, praças prioritizadas e período indicado, não necessariamente baseado no valor do contrato.

#### **8. Pesquisas e Outras Informações**

- Estudos, relatórios de pesquisas e documentos relevantes que contribuam para o conhecimento do anunciante e entendimento do problema ou desafio de comunicação.

- Fontes complementares de informação, tais como relatório anual, portal na internet, manual de aplicação de marcas.

#### **9. Recursos Próprios de Comunicação**

- Recursos normalmente utilizados pelo anunciante e que possam reforçar ou complementar as ações de comunicação que vierem a ser propostas pela agência de propaganda (veículos de comunicação interna, canais de comunicação com os clientes - SAC, Ouvidoria, mailing list, publicações, pontos de atendimento, frota de veículos, sítio na Internet, etc.).

#### **10. Esforços Anteriores de Comunicação**

- Esforços de comunicação realizados em anos recentes, por intermédio de ações de propaganda, promoção, relações públicas e assessoria de imprensa.

- Conceitos ou *slogans* que o anunciante utilizou e/ou ainda utiliza na comunicação com seus públicos.

- Resultados desses esforços de comunicação para a imagem do anunciante ou de seus produtos, serviços, programas ou ações sociais.

- Valores pagos nos últimos doze meses do contrato vigente ou encerrado, discriminados pelos totais de cada tipo de serviço (produção gráfica, produção eletrônica - áudio e vídeo, produção internet e outros) e de cada meio de divulgação.

#### **Observações:**

I) caso constitua a primeira contratação, o anunciante deverá proporcionar informações que permitam a formulação das propostas de preços pelas licitantes;

II) aplica-se essa orientação se a contratação anterior tiver sido feita há muito tempo ou se o valor estimado da contratação de ambos forem muito diferentes.

## Anexo II

Quesitos/subquesitos	Atributos a considerar no julgamento	Percentual sobre a pontuação total
<b>Plano de Comunicação Publicitária</b>		
<b>Subquesitos</b>		
<p><b>Raciocínio básico</b> - apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do anunciante, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s).</p>	<p>A acuidade de compreensão:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) das funções e do papel do anunciante nos contextos social, político e econômico;</li> <li>b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do anunciante com seus públicos;</li> <li>c) das características do anunciante e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;</li> <li>d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;</li> <li>e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo anunciante;</li> <li>f) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).</li> </ul>	<p>mínimo 5%</p>
<p><b>Estratégia de comunicação publicitária</b> - apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo anunciante, compreendendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;</li> <li>b) explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do anunciante e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;</li> <li>b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;</li> <li>c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos;</li> <li>d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante;</li> <li>e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;</li> <li>f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.</li> </ul>	<p>mínimo 20%</p>





<p><b>Idéia criativa</b> - apresentação pela licitante de campanha publicitária com exemplos de peças e ou material que corporifiquem objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.</p>	<p>a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante;</p> <p>b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;</p> <p>c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;</p> <p>d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;</p> <p>e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;</p> <p>f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;</p> <p>g) sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;</p> <p>h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;</p> <p>i) a exequibilidade das peças e ou do material;</p> <p>j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.</p>	<p>mínimo 20%</p>
---	---	-----------------------

<p><b>Estratégia de mídia e não mídia</b> - constituída de:</p> <p>a) apresentação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório;</p> <p>b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição e suas respectivas inserções, quantidades e custos nominais de produção e de veiculação, exposição ou distribuição.</p>	<p>a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;</p> <p>b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;</p> <p>c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;</p> <p>d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do anunciante (se indicados no briefing);</p> <p>e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;</p> <p>f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.</p>	<p>mínimo 10%</p>
--	---	-----------------------

<b>Capacidade de Atendimento</b>		
<p>Apresentação, pela licitante, de informações compreendendo:</p> <p>a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;</p> <p>b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que</p>	<p>a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;</p> <p>b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;</p>	



<p>poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;</p> <p>c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;</p> <p>d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;</p> <p>e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.</p>	<p>c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante;</p> <p>d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;</p> <p>e) a operacionalidade do relacionamento entre o anunciante e a licitante, esquematizado na proposta;</p> <p>f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.</p>	<p>máximo</p> <p>20%</p>
--	--	--------------------------

#### Repertório

<p>Apresentação pela licitante de trabalhos por ela, concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos, sob a forma de peça e ou material e respectivas fichas técnicas, nas quais se incluirá a indicação sucinta do problema que a peça e ou material se propôs a resolver, identificação do cliente e da licitante, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.</p>	<p>a) a idéia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido;</p> <p>b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;</p> <p>c) a clareza da exposição das informações prestadas;</p>	<p>máximo</p> <p>10%</p>
--	--	--------------------------

#### Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

<p>Apresentação, pela licitante, de soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.</p>	<p>a) a evidência de planejamento publicitário;</p> <p>b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;</p> <p>c) a relevância dos resultados apresentados;</p> <p>d) a concatenação lógica da exposição.</p>	<p>máximo</p> <p>10%</p>
--	---	--------------------------



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



**SUMÁRIO**

	<b>Página</b>
<b>Edital</b>	<b>01</b>
<b>Briefing (Anexo I)</b>	<b>40</b>
<b>Informações campanha anterior (Anexo II)</b>	<b>45</b>
<b>Modelo de Procuração (Anexo III)</b>	<b>51</b>
<b>Planilha de Preços Sujeitos a Valoração (Anexo IV)</b>	<b>52</b>
<b>Modelo de Declaração de Elaboração Independente de Proposta (Anexo V)</b>	<b>53</b>
<b>Minuta de Contrato (Anexo VI)</b>	<b>54</b>
<b>Informações campanha anterior (Anexo II)</b>	<b>45</b>
<b>Modelo de Procuração (Anexo III)</b>	<b>51</b>
<b>Planilha de Preços Sujeitos a Valoração (Anexo IV)</b>	<b>52</b>





## MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

COORDENADORIA DE COMPRAS

### EDITAL DE CONCORRÊNCIA DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE CONCORRÊNCIA 05/2014

#### 2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

##### 1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 A Fundação Universidade Federal da Grande Dourados, doravante denominada, por intermédio da Comissão permanente de Licitação instituída pela portaria 528 de 13 de junho de 2014, torna público aos interessados que realizará concorrência, do tipo melhor técnica, para contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29.04.10, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93.

1.2.1 Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto nº 6.555, de 08.09.08, o Decreto nº 57.690, de 01.02.66, o Decreto nº 4.563, de 31.12.02, o Decreto nº 3.722, de 09.01.01, a Instrução Normativa SLTI/MP nº 02, de 11.10.10, a Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21.12.10, e as disposições deste Edital.

#### 2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

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

☛ dia: xx de novembro de 2014

☛ hora: xx hs

☛ local: Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (auditório da Unidade I)

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

2.1.2 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 19, e na legislação.

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

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

Vander Soares Mendes  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



### **3. OBJETO**

3.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de agência de propaganda para 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 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 o público em geral.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

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

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

3.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da , o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.1.2 Os serviços previstos no subitem 3.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

3.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação, e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

3.2 Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante, proponente ou contratada.

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

3.2.2 A agência atuará por ordem e conta da , em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

3.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

#### **4. RETIRADA DO EDITAL**

4.1 Será gratuita a retirada deste Edital por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

a) [www..edu.br](http://www..edu.br)

b) [www.comprasnet.gov.br](http://www.comprasnet.gov.br)

#### **5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL**

5.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 7 (sete) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

➔ por carta ou ofício: protocolizado no protocolo central da , Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (Unidade I), de segunda a sexta-feira, das 07:00 às 11:00 h ou das 13:00 às 17:00 h;

➔ pelo e-mail [compras@edu.br](mailto:compras@edu.br)

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador da Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

5.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão permanente de Licitação até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

5.1.2 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, <http://www.edu.br> sem identificar a licitante consultante e seu representante.

5.1.2.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

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

5.1.4 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 2.1 deste Edital.

## **6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

6.1 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão permanente de Licitação:

I - o cidadão que não se manifestar até 5 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços;

II - a licitante que não se manifestar até 2 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

6.1.1 Considera-se licitante para efeito do inciso II do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

6.2 O pedido de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado no protocolo central da , Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (Unidade I), de segunda a sexta-feira, das 07:00 às 11:00 h ou das 13:00 às 17:00 h.

6.3 A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail [compras@edu.br](mailto:compras@edu.br), nos respectivos prazos. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, até 5 (cinco) dias contados do encaminhamento do e-mail.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr. 1621632  
COORDENADORIA DE COMPRAS



## 7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO



7.2 Não poderá participar desta

### MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

COORDENADORIA DE COMPRAS

6.4 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item 6 será recebida como mera informação.

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

6.6 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

## 7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

7.2 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 a UFGD;

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;

c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) cujo Invólucro nº 1:

e1) apresente em sua parte externa a identificação da licitante ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

e2) esteja danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

f) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados pertençam aos quadros da UFGD;

g) que estiver reunida em consórcio.

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Metr: 1821532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

7.3 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

7.4 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

7.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que a UFGD não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

## **8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

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

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

8.1.2 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

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

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

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 2.1 deste Edital.

## **9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

9.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

### **Invólucro nº 1**

9.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

9.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela UFGD.

9.1.1.1.1 O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no protocolo central da , Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (Unidade I), de segunda a sexta-feira, das 07:00 às 11:00 h ou das 13:00 às 17:00 h.

9.1.1.1.2 O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

9.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.1.1.3 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

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

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1821532  
CCOMP/PRAD/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

**Invólucro nº 2**

9.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4.

9.1.2.1 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 05/2014**

9.1.2.2 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.

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

**Invólucro nº 3**

9.1.3 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 11.5 a 11.10.

9.1.3.1 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**

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1821532  
CCOMP/PRAD/UFED



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**Nome empresarial e CNPJ da licitante**  
**Concorrência nº 05/2014**

9.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

**10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

10.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão permanente de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

**Invólucro nº 4**

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

**Invólucro nº 4**  
**Proposta de Preços**  
**Nome empresarial e CNPJ da licitante**  
**Concorrência nº 05/2014**

10.1.2 O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.1.3 O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

**11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

<b>Quesitos</b>	<b>Subquesitos</b>
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621832  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**

11.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- ☐ em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- ☐ capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- ☐ conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2;
- ☐ espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;
- ☐ títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- ☐ espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- ☐ alinhamento justificado do texto;
- ☐ texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor preta, tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3;
- ☐ numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- ☐ sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.5.

11.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', cor preta, tamanho '10 pontos';

c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

**11.2.3 Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:**

**I - ser editados em cores;**

**II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;**

**III - ter qualquer tipo de formatação de margem;**

**IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.**

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

**11.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.**

**11.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 9.1.1.3 e 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.**

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

**11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a **10 (dez) páginas**, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.**

**11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na**

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



alínea 'c' do subitem 9.1.1.3, no subitem 11.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

11.2.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

11.2.9 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.2.9.1 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

11.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da UFGD para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

11.3.3 Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 11.3.3 e na alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3:

a) estão limitados a **10 (dez)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1 roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet;

b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

11.3.3.3.1 Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.2 Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.3.3 Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.4 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo para sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

suporte e ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

11.3.3.3.5 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3.

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, 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) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'g' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMPRADUEGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

11.3.4.1 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2 Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- 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 ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

11.3.4.3 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deve 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;

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

11.3.4.3.1 Caso o Edital 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 11.3.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

  
**Vander Soares Matoso**  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - 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.

**Capacidade de Atendimento**

11.5 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.5.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

11.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UEGD





## MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

COORDENADORIA DE COMPRAS

11.7 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da UFGD, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

### Repertório

11.7 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.7.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.7.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

11.8 O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1 A licitante deverá apresentar **08 (oito)** peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de **01 de julho de 2013**.

  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

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

11.8.1.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

11.8.2 Para cada peça e ou material, 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 e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

**Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

11.9 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.9.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar **02 (dois) casos** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





## MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

COORDENADORIA DE COMPRAS

soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:

cada Relato. Se incluídas:

I - será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo UFGD;

IV - deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

11.10.1 A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.2 As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de **01 de julho de 2013**

11.10.3 É permitida a inclusão de até **05 (cinco) peças** e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

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

11.10.4 Se a licitante apresentar Relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.10, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de Relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



## **12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

12.1 A Subcomissão Técnica prevista no subitem 18.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

### **12.2.1 Plano de Comunicação Publicitária**

#### **12.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:**

- a) das funções e do papel da UFGD nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da UFGD com seus públicos;
- c) das características da UFGD e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela UFGD;
- f) das necessidades de comunicação da UFGD para enfrentar esse(s) desafio(s) e ou problema(s).

#### **12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da UFGD e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da UFGD com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da UFGD;

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMPIPRAD/UFGD

a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da UF-GD;



## MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
COORDENADORIA DE COMPRAS

c) sua adequação ao público-alvo;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a UF-GD, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

### 12.2.1.3 Ideia Criativa

a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da UF-GD;

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

### 12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) sua pertinência às atividades da UF-GD e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

i) a exequibilidade das peças e ou do material;

j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

### 12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UF-GD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da UFGD;

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

**12.2.2 Capacidade de Atendimento**

a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da UFGD;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre a UFGD e a licitante, esquematizado na proposta;

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da UFGD, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

**12.2.3 Repertório**

a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) a clareza da exposição das informações prestadas;

**12.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

a) a evidência de planejamento publicitário;

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMPRAD/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

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

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

Quesitos/ Subquesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		65
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
Ideia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	15
Capacidade de Atendimento		
Repertório		
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL</b>		<b>100</b>

12.3.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

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

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

12.3.3 A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

12.3.4 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.4.

12.4 Será desclassificada a Proposta que:

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, **75 (setenta e cinco)** pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4.

12.5 Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4.

12.6 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 19.3 ou em ato público marcado pela Comissão permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

### **13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

13.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

I - apresentada:

a) em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente e redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, sem emendas ou rasuras;

b) 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.

II - elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III.

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

13.3 Os percentuais a que se referem os incisos I e II do subitem 2.1 do Modelo de Proposta de Preços (Anexo III) não poderão ser superiores a ... (... por cento).

### **14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

14.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

*Vander Soares Mateo*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

14.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

a) desconto inferior a **5 % (cinco por cento)** em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças 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 **5 % (cinco por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários superior a **5 % (cinco por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) percentual de honorários superior a **5 % (cinco por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.3.1 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão permanente de Licitação considerará o preço por extenso.

14.4 A pontuação da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

14.4.1 A Comissão permanente de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de <b>desconto</b> sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem	$P1 = 1,0 \times \text{Desconto}$

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



14.3	
Percentual de <b>honorários</b> incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 14.3	$P2 = 6 \times (5,0 - \text{Honorários})$
Percentual de <b>honorários</b> incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 14.3	$P3 = 3 \times (5,0 - \text{Honorários})$
Percentual de <b>honorários</b> incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 14.3	$P4 = 3 \times (5,0 - \text{Honorários})$

**Observação:** para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos **desconto** e **honorários** serão substituídos nas fórmulas da coluna **Notas** pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".

14.4.2 A pontuação de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.4.2, como segue:  $P = P1 + P2 + P3 + P4$ .

14.4.3 A Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço.

14.4.3.1 Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores;

c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

d) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

**Vander Soares Matoso**  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





## **MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

### **15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

15.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica.

15.2 Será vencedora do julgamento final das Propostas – observado o disposto nos subitens 12.5 e 12.6 deste Edital – a licitante que tenha sido mais bem-classificada no julgamento da Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço, de acordo com o subitem 14.4.3 e 14.4.3.1 deste Edital.

15.3 Se a licitante mais bem-classificada na Proposta Técnica não tiver apresentado a Proposta de menor preço e não concordar em praticá-lo, a Comissão permanente de Licitação efetuará com as demais licitantes a negociação prevista no art. 46, § 1º, II, da Lei nº 8.666/1993, nos termos da Proposta de menor preço, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas.

15.3.1 A licitante que não concordar em praticar os preços da Proposta de menor preço perderá o direito de contratar os serviços com a UFGD, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

### **16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

16.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão permanente de Licitação 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, observado o disposto na Instrução Normativa nº 4/2010, art. 17, parágrafo único.

16.1.1 A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 17.1.1.

16.1.2 Os Documentos deverão estar 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 05/2014**

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

16.1.3 O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

I - em original; ou

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

III - em cópia autenticada por cartório competente; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão permanente de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

16.1.4.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão permanente de Licitação.

16.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 16.2.1 a 16.4 ou nos subitens 16.5 a 16.5.3, observado, ainda, o disposto nos subitens 16.7 a 16.7.2 (se couber).

**16.2.1 Habilitação Jurídica**

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

c) decreto de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

**16.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista**

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;

c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

d) certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

f) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

g) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

16.2.2.1 Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

16.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

16.2.2.3 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**16.2.3 Qualificação Técnica:**

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 deste Edital;

b) cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

**16.2.4 Qualificação Econômico-financeira**

a) Certidão Negativa de falência, concordata e recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade;

a1) 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;

a2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído;

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial ou em Jornal de grande circulação ou fotocópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III - sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão de Registro do Comércio.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD



16.2.4.2 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

16.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade e a indicação do nome deste e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente, devidamente registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

16.2.4.2 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 16.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

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

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

b) do balanço referido no subitem 16.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

16.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

16.2.4.4 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 16.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 5 comprovante de que possui **patrimônio líquido mínimo de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais)**.

16.2.5 A licitante também deverá incluir no Invólucro nº 5 declarações elaboradas conforme os modelos a seguir:

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

**DECLARAÇÃO**

Referente Concorrência.....

....., inscrita no CNPJ sob o nº ....., por intermédio de seu representante legal ....., portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.6.1993, 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 texto a seguir)

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

Local e data

[exigível para órgãos e entidades integrantes  
do Sistema de Serviços Gerais-SISG]

b) Declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

**Declaração de Elaboração Independente de Proposta**

Concorrência .....

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante ou do consórcio) doravante denominada (licitante/consórcio), para fins do disposto no item (completar) do Edital da Concorrência nº ....., declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente (pela licitante/consórcio), 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;

*Vander Soares Matoso*  
**Vander Soares Matoso**  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

- 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/a (órgão/entidade responsável pela licitação) antes da abertura oficial das propostas; e
- f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Local e data

(representante legal da licitante/no âmbito da licitação, com identificação completa)

16.3 Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

16.4 O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 34 da Lei nº 8.666/1993, expedido por órgão da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 16.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar à UFGD a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

16.5 A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, apenas deverá apresentar:

a) declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 deste Edital;

b) cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

c) comprovação de que **possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais)**, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem 17.2 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1541532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);

e) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.5.

16.5.1 Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 16.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 16.2.4 ou, se for o caso, o subitem 16.2.4.1.

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

16.5.3 É recomendável que a licitante que tenha solicitado seu cadastramento no terceiro dia útil anterior à data de recebimento dos Documentos de Habilitação compareça à sessão de entrega dos documentos com o formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, para eventual comprovação na hipótese de seu não processamento em tempo hábil no SICAF.

16.6 As empresas interessadas poderão procurar qualquer Unidade Cadastradora do SICAF, para efetuar seu cadastramento, até o **terceiro dia útil anterior** à data prevista para recebimento das propostas.

16.6.1 As questões relativas à regularidade de situação da licitante deverão ser dirimidas pela própria licitante junto à respectiva Unidade Cadastradora.

16.6.2 Os documentos necessários, locais de cadastramento, procedimentos e instruções de preenchimento dos formulários para efetuar o registro no SICAF estão previstos no respectivo Manual, disponível na internet, no endereço [www.comprasnet.gov.br](http://www.comprasnet.gov.br).

16.6.3 É recomendável que o pedido de cadastramento seja realizado com antecedência superior ao prazo mencionado no subitem 16.6, de modo a permitir que sejam feitos, antes da data da respectiva sessão pública, os ajustes eventualmente necessários.

## **17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

17.1 A Comissão permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 16 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 17.1.1.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

**COORDENADORIA DE COMPRAS**

17.2 A situação das licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 16.5 deste Edital será verificada por meio de consulta *on-line* ao:

I - SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02/2010;

II - site do Tribunal Superior do Trabalho, para verificação da regularidade trabalhista.

18.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão permanente de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

18.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por **4 (quatro)** membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

18.2.1 **1 (um)** dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a UFGD.

18.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, **8 (oito)** integrantes, pelo menos **2 (dois)** deles sem nenhum vínculo contratual, direto ou indireto, com a UFGD, todos previamente cadastrados por esta.

18.3.1 A relação dos nomes referidos no subitem 18.3 deste Edital será publicada pela Comissão permanente de Licitação 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.

18.3.2 O sorteio será processado pela Comissão permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a UFGD, nos termos dos subitens 18.2.1 e 18.3.

18.3.3 A relação prevista no subitem 18.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a UFGD.

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMPRAD/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

18.3.4 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 18.3, mediante a apresentação à Comissão permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

18.3.5 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.

18.3.6 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 18.

18.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 18.3.

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

18.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 18.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

## **19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

19.1 Serão realizadas 4 (quatro) 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 permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

19.1.1 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.

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

19.1.3 A Comissão permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da UFGD, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UEGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

19.1.5 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

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

19.1.7 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

### **Primeira Sessão**

19.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;

b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

19.2.1 O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão permanente de Licitação se não:

a) estiver identificado;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



19.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 19.2.1, a Comissão permanente de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

19.2.2 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 permanente de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;

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

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

19.2.2.1 A Comissão permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 19.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.2.2 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão permanente de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.3 A Comissão permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 19.2.2 acima.

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

19.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGRD





## MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**

**COORDENADORIA DE COMPRAS**

b) análise e identificação do Plano de Comunicação Publicitária especificados neste Edital;

licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 19.2.6 e seguintes.

19.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão permanente de Licitação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22.

19.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento das Propostas referentes aos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso e encaminhamento desses documentos à Comissão permanente de Licitação, juntamente com as Propostas;

d) encaminhamento, pela Comissão permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso e encaminhamento desses documentos à Comissão permanente de Licitação, juntamente com as Propostas.

19.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 12.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua

Vander Soares Matos  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.6.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

19.2.7 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 19.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

### **Segunda Sessão**

19.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.6, se for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

19.3.1 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, se solicitado pela Comissão permanente de Licitação.

**Terceira Sessão**

19.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas 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 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) efetuar com a licitante mais bem-classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, nos termos da Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação;

h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços – observado o disposto nos subitens 12.5 e 12.6 deste Edital – a licitante que:

  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



h1) tenha sido mais bem-classificada na Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço; ou

h2) tenha sido mais bem-classificada na Proposta Técnica e concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.

19.4.1 Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas alíneas 'f' e 'g' do subitem 19.4 apenas os preços sujeitos a valoração, integrantes do subitem 1.1 das Propostas de Preços das licitantes classificadas, cujo modelo constitui o Anexo III. Portanto, os percentuais de que tratam os subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 da minuta de contrato (Anexo IV) corresponderão aos percentuais estabelecidos pela própria licitante vencedora em sua Proposta de Preços, na declaração referente aos incisos I e II, respectivamente, do subitem 2.1 do Anexo III.

### **Quarta Sessão**

19.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

e) informar:

e1) o resultado da habilitação;

*Vander Soares Maroso*  
Vander Soares Maroso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1821532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inhabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;

e3) que será publicado na forma do item 21 deste Edital o nome da licitante vencedora 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.

19.5.1 Será impressa a Declaração referente à situação de cada licitante que optou por comprovar sua habilitação parcial via SICAF, conforme previsto nos subitens 16.5 e 17.2 deste Edital, a qual será assinada pelos membros da Comissão permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.5.1.1 Se alguma licitante for inhabilitada em decorrência de irregularidade constatada quando da consulta ao SICAF e comprovar, exclusivamente mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, ter entregado a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão permanente de Licitação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato à Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, gestor do SICAF.

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

## **20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

20.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Autoridade Competente homologará o resultado desta concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 29.10 deste Edital.

20.2 Imediatamente após a homologação do resultado desta concorrência, o presidente da Comissão permanente de Licitação elaborará e encaminhará à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República o relatório de que tratam os arts. 20 e 21 da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21.12.10.

  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

## **21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

21.1 A juízo da Comissão permanente de Licitação, 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 abertura de invólucros;

b) no Diário Oficial da União;

c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

22.1 Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida a Autoridade Competente, por intermédio da Comissão permanente de Licitação, no seguinte endereço: Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (auditório da Unidade I)

22.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

22.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) a Autoridade Competente, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

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

22.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão permanente de Licitação.

22.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão permanente de Licitação – motivadamente e se houver interesse para a UFGD – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

*[Assinatura]*  
**Vander Soares Matoso**  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UGD





## MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

### 24. CONDIÇÕES UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS COORDENADORIA DE COMPRAS

#### 23. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

23.1 As despesas com o contrato resultante desta concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$500.000,00 (quinhentos mil reais).

23.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2014 está consignado no Orçamento Fiscal da União, na seguinte funcional programática:.....

23.3 Se a UFGD optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, serão consignadas nos próximos exercícios, no Orçamento Fiscal da União, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

23.4 A UFGD se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

#### 24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

24.1 A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV, e o prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista na Cláusula Décima Segunda da minuta de contrato.

24.1.1 Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no subitem 24.1, para assinar o contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, a UFGD poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

24.2 Antes da celebração do contrato, a UFGD efetuará consulta ao Cadastro Informativo de créditos não quitados do setor público federal (Cadin), conforme disposto no art. 6º, inciso III, da Lei nº 10.522/2002.

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

24.4 A UFGD poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da minuta de contrato (Anexo IV).

*Vander Soares Matos*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

24.5 No interesse da UFGD, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/1993.

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

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

24.8 A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos à UFGD sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

24.9 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome da UFGD, se houver expressa autorização desta.

24.10 É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente concorrência para qualquer operação financeira.

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

24.12 A UFGD avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada, nos termos do subitem 7.10 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

24.13 A contratada centralizará o comando da publicidade da UFGD em ....., onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da minuta de contrato (Anexo IV).

24.14 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr: 1621532  
CCOMP/PRAD/UGD





## 27. FISCALIZAÇÃO

# MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

## UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

### COORDENADORIA DE COMPRAS

## 25. GARANTIA

25.1 As disposições pertinentes à garantia estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da minuta de contrato (Anexo IV).

## 28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

## 26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

26.1 A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 19.4, alíneas 'f' e 'g', deste Edital.

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

## 27. FISCALIZAÇÃO

27.1 A UFGD nomeará um **Gestor** titular e um substituto para executar a fiscalização do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

## 28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1 Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de até 10 % (dez por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 23.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;

b) não manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.

28.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 24.1.1.

28.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela UFGD, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (Anexo IV).

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1821562  
CCOMPRAD/UFGRD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**29. DISPOSIÇÕES FINAIS**

29.1 É facultada à Comissão permanente de Licitação, 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.

29.1.1 A Comissão permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

29.2 A Comissão permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

29.2.1 A Comissão permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

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

29.3.1 Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a UFGD poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

29.4 Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não restar prorrogado, por conveniência da Administração, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a UFGD poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

29.5 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à UFGD.

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

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

29.8 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

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

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

29.10.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

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

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

29.13 Correrão por conta da UFGD as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

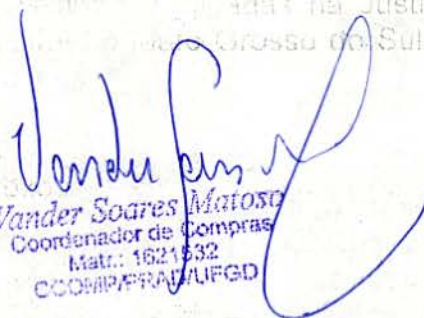
extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

29.14 As questões decorrentes da execução deste instrumento, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas na Justiça Federal, no Foro da cidade de Dourados, Seção Judiciária do Mato Grosso do Sul, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

29.15 Integram este Edital os seguintes anexos:

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

Dourados - MS, 30 de Setembro de 2014

  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621632  
CCOMPRAS/UFGD

b) Anexo II: Modelo de

c) Anexo IV: Minuta de

MS, 30 de Setembro de 2014



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**ANEXO I**  
**BRIEFING**

**CONTEXTUALIZAÇÃO: VESTIBULAR 2015**

A Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD) foi criada em 29 de julho de 2005, a partir da emancipação do campus de Dourados da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Desde então, em um processo incessante de transformação e aperfeiçoamento, a Universidade se inseriu nas políticas públicas do governo federal de expansão do ensino superior público, com o programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais – REUNI.

Nesse período de oito anos, a UFGD implantou novos cursos de graduação, ampliando significativamente o número de vagas. De 12, a Universidade saltou para 34 cursos de graduação presenciais em diversas áreas do conhecimento e atualmente conta com cursos de especialização (*Lato Sensu*), 19 programas de pós-graduações *Stricto Sensu*, sendo 16 mestrados e três doutorados e cinco residências, sendo quatro médicas, nas áreas de Ginecologia e Obstetrícia; Clínica Médica; Pediatria e Cirurgia Geral, e uma multiprofissional em Saúde, nas áreas de psicologia; enfermagem e nutrição.

Por cinco anos consecutivos, a UFGD foi avaliada como a melhor Instituição de Ensino Superior de Mato Grosso do Sul, segundo o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP do Ministério da Educação, que analisa indicadores de qualidade em cursos do ensino superior em todo o Brasil.

A instituição nasceu com evidentes compromissos sociais. Tais laços são consolidados a cada ação de inclusão e interação social e cultural com a sociedade, nos diferentes cursos e programas voltados para a comunidade acadêmica. São inúmeros os projetos e ações de extensão e cultura com as populações e movimentos sociais das periferias urbanas, das aldeias indígenas, dos quilombolas, dos assentamentos rurais, dos grupos organizados das redes de economia solidária e etc. Estas atividades promovem a articulação de saberes acadêmicos e saberes populares, qualificando e humanizando a vida social e acadêmica ao mesmo tempo.

Nesse sentido, a UFGD implantou um sistema de cotas sociais para o ingresso em seus cursos de graduação. Do total de vagas abertas para o concurso de vestibular, 25% são destinadas aos alunos oriundos das escolas públicas, o que permite uma maior interação com a educação básica da rede pública, amplia as expectativas positivas de jovens e seus familiares, qualifica a educação e promove a inclusão social.

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UEGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

A Universidade também criou cursos especiais para atender a realidade sociocultural da região da Grande Dourados. De modo especial, vale destacar o curso de Licenciatura Intercultural Teko Arandu, voltado para os professores indígenas das etnias Guarani Kaiowá, o curso de Licenciatura Letras/Libras (Língua Brasileira de Sinais), para a formação de professores com atuação junto à comunidade surda, e o curso de Ciências Naturais para a qualificação e capacitação especialmente de assentados rurais de Mato Grosso do Sul.

A UFGD também atua dentro da Educação a Distância no oferecimento de três cursos de graduação: Administração Pública, Licenciatura em Computação e em Pedagogia, neste caso estendendo sua atuação para as cidades de Água Clara, Bataguassu, Bela Vista, Camapuã, Costa Rica, Miranda, Porto Murtinho, Rio Brilhante e São Gabriel do Oeste; e na pós-graduação, no oferecimento do Mestrado em Matemática - PROFMAT, especialmente para professores da rede pública.

A Instituição compreende que faz parte de sua missão institucional a inclusão e a promoção da cultura. Além dos cursos de formação, voltados para a comunidade acadêmica e externa, como as oficinas culturais, as oficinas do projeto Casa Brasil, e ações junto à terceira idade, realiza importantes eventos como o Festival Internacional de Teatro e a Mostra de Audiovisual de Dourados, de promoção da produção cinematográfica de Dourados e região.

A Instituição também se prepara de modo vigoroso para a excelência na pesquisa acadêmica. Em oito anos de existência, quase uma centena de grupos de pesquisas foram organizados e cadastrados junto aos órgãos de fomento do país. São centenas de docentes, 80% de doutores, técnicos e alunos que promovem o desenvolvimento da pesquisa e da inovação tecnológica com o reconhecimento de diferentes atores sociais. Além de redes interinstitucionais, como a Rede Centro Oeste de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação em Biodiversidade, Biotecnologia e a Geodiversidade, os pesquisadores da Universidade estão organizados. Todos os anos, centenas de mestres e doutores são formados na UFGD e rapidamente a massa de inteligência à disposição da sociedade se espalha e qualifica os serviços e empreendimentos sociais, públicos e privados.

E não basta ingressar na universidade, o importante é concluir a graduação. A UFGD promove programas para que o estudante complete seu curso com sucesso, como apoio psicológico, assistência social para todos, bolsas permanência, auxílio alimentação e atividades esportivas. Também colocou em funcionamento o Centro de Educação Infantil (CEIN), no qual os alunos, servidores e moradores da região podem deixar seus filhos enquanto estudam, o Restaurante Universitário, que subsidia a alimentação dos alunos, e a Moradia Estudantil que vai atender com moradia estudantes que residem fora do município e que passam por situação de vulnerabilidade socioeconômica. Além disso, dentro da Universidade, o estudante pode

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

receber pelo seu trabalho em programas e projetos de bolsas de ensino e graduação, como estágio e monitorias de ensino – ao todo, somam-se mais de mil bolsas ou outras formas de auxílio para os universitários.

Implantação, expansão e consolidação ocorrem praticamente ao mesmo tempo na UFGD. O que exige investimento maciço em infraestrutura física está planejado, em processo de construção ou acabou de ser terminado. São vários espaços, laboratórios, salas de aula e prédios administrativos que, ao todo, somam mais de 40 mil metros quadrados em obras e adequações, o que estabelece ótimas condições estruturais para a realização das atividades acadêmicas e administrativas. O imenso parque de laboratórios em construção ou já construídos e os milhões de reais investidos na aquisição de equipamentos permitirão aos alunos de graduação e pós-graduação a melhor formação em suas respectivas áreas e, ainda, proporcionarão aos pesquisadores os instrumentos necessários à produção de conhecimentos, de ciência e tecnologia, inovando as práticas sociais e econômicas no Estado.

Temos que considerar ainda que a UFGD se localiza em região estratégica dentro de Mato Grosso do Sul: a região da Grande Dourados que compreende 37 municípios e possui uma população de cerca de 800 mil pessoas, sendo um dos mais importantes pólos de crescimento agroindustrial do país. A Grande Dourados possui ainda posição estratégica no território nacional em sua porção central-meridional, fazendo fronteiras com as regiões Sul, Sudeste do Brasil, bem como com o território da América do Sul e, especificamente, do MERCOSUL – Mercado Comum Sul Americano, fazendo fronteira com a Bolívia e com o Paraguai. Esta região da cidade de Dourados, ao longo das últimas décadas, se constituiu no centro articulador do desenvolvimento regional e, em especial, em um pólo de educação superior.

Dessa forma, a Universidade reconhece o imperativo em constituir redes de produção de conhecimentos e experiências com outras instituições de ensino superior do Brasil e do estrangeiro, tendo como foco estratégico, uma maior articulação com a América Latina. Já consolidou parcerias com países de diversas partes do mundo, entre elas, Europa e América do Norte.

É fato que a UFGD desempenha um papel cada vez mais abrangente. Um papel de relevância social e acadêmica, no estreitamento de relações entre os países ao inserir-se decisivamente na formação de quadros profissionais qualificados, como também no desenvolvimento da ciência, da tecnologia, da arte e da cultura. Sempre com o compromisso de inclusão do maior número de pessoas e regiões, a Instituição faz com que a maioria, senão todos, seja beneficiada com as riquezas e valores por ela produzidos ou induzidos através de parcerias com governos, instituições, empresas e movimentos sociais.

  
**Vander Soares Matoso**  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621432  
GCCMP/PRAD/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**A expansão da UFPGD**

Dentro do Programa Nacional de Educação – PNE, que tramita no Congresso Nacional, a UFPGD propõe a expansão de seus cursos até 2020 passando de 28 graduações presenciais atualmente, para 40; de 3 graduações a distância para 12, inserindo-se em 16 municípios de Mato Grosso do Sul; e de 16 programas de pós-graduação, para 34, sendo 18 doutorados, chegando a uma população 20 mil pessoas, o que corresponde a 10% da população da cidade.

Desse modo, a Universidade pretende contribuir para a elevação da taxa bruta de matrícula na educação superior brasileira para 50% e a taxa líquida para 33% da população de 18 a 24 anos, assegurando a qualidade da oferta. Também pretende elevar a qualidade da educação superior pela ampliação da atuação de mestres e doutores nas instituições de educação superior para, no mínimo, 75% do corpo docente em efetivo exercício, sendo que desse total, 35% doutores. E, ainda, elevar gradualmente o número de matrículas na pós-graduação *stricto sensu*, de modo a atingir a titulação anual no Brasil de 60 mil mestres e 25 mil doutores.

A UFPGD contribuirá, efetivamente, com o desenvolvimento científico, tecnológico, econômico, cultural, social e ambiental de Mato Grosso do Sul, contribuindo também com a transformação do Brasil, que passa, fundamentalmente, pela Educação Superior. A Instituição será um instrumento importante de educação formal e para o desenvolvimento de Dourados, Mato Grosso do Sul, Brasil e da América Latina, especialmente para pensar o futuro da juventude e da população em geral.

Nesses oito anos, a UFPGD é sinônimo de seriedade, transparência e competência. Uma parte da população da região da Grande Dourados está vinculada diretamente à Instituição, o que impõe cada dia mais, compromisso social e com o desenvolvimento científico e tecnológico. Por isso, e para isso, pretende-se alcançar uma Universidade consolidada, com qualidade e de porte médio, servindo de referência nacional e internacional. Acredita-se em uma forte e comprometida com a educação brasileira e a informação, gerando riquezas e trabalho e transformando pessoas em cidadãos, comportamentos em atitudes, sonhos em realidade.

**MISSÃO**

Gerar e socializar conhecimentos, saberes e valores, por meio do ensino, pesquisa e extensão de excelência, com compromisso social.

**Vander Soares Matoso**  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFPGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**OBJETIVO**

A UFGD apresenta estrutura e suporte tecnológico para atender as necessidades dos países vizinhos e pretende alcançar o status de universidade que atenda as demandas de toda a América latina, firmando novas parcerias e apresentando todo o potencial da instituição, consequentemente tornando-se uma referência em produção de conhecimento.

**PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO**

É necessário o planejamento e a criação de uma campanha publicitária para o Processo Seletivo Vestibular 2015 que siga os padrões e conceitos formadores da marca UFGD e o que ela implica como missão e objetivo. O viés social e internacional da Universidade, assim como o momento comemorativo referente à avaliação do INEP/MEC, que avaliou a Instituição como a melhor de MS por cinco anos consecutivos e a bem sucedida história e o momento de expansão por que passa a , também devem ser levados em consideração.

A entrada na Universidade se dará de duas formas: via Processo Seletivo Vestibular e ingresso via Sistema de Seleção Unificado - SISU (nota do Enem). 50% das vagas serão destinadas para cada forma de ingresso, considerando que 25% dessas são destinadas à cota social.

**OBJETIVO DE DEMANDA**

Divulgar o processo seletivo da Instituição ao seu público-alvo, visando o crescimento do número de inscritos com relação aos números alcançados nos últimos anos de Vestibular, buscando novas alternativas e horizontes.

É fato que há redução gradual no número de inscritos nos processos seletivos das universidades públicas brasileiras, mesmo considerando um maior número de concluintes do ensino médio. Além disso, é fato a redução no número de inscritos nos cursos ofertados de Licenciatura.

**OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO**

Fortalecer e posicionar a marca da UFGD como pólo de socialização de conhecimento e educação regional, através do forte contexto de miscigenação étnica/cultural e regional em que a Universidade está inserida, agregando o status de uma Instituição que pretende ser referência para a América Latina;

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

Ressaltar os benefícios, diferenciais e vantagens oferecidas pela UFGD no sentido de convencer e persuadir o candidato à vaga de que a Instituição é a melhor opção para o seu futuro, ascensão social e crescimento pessoal e profissional;

Demonstrar a força e a qualidade já conquistadas pela Universidade com apenas 8 anos de existência, denotando o potencial que possui no presente e no futuro.

**PUBLICO-ALVO**

Jovens, homens e mulheres, com idade acima de 18 anos e ensino médio completo oriundos da rede pública de ensino.

**PERÍODO**

As ações de comunicação devem ter início em setembro de 2015.

**VERBA REFERENCIAL**

No cálculo da alocação dos valores para a criação, produção e veiculação da campanha de que trata este briefing no Edital, a licitante utilizará como referencial uma verba de até R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).

**Gênero**

Masculino	5.194
Feminino	7.471

**Forma de Ingresso**

Acesso Universal	6.620
Cotista	6.045

**Pgto Inscrição**

CONVENIO	3.431
PAGANTE	9.186
ISENTO	48

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UGD



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**Faixa etária**

até 1980	516
De 1981 a 1990	1.820
de 1991 a 1999	10.300

**Estado Civil**

Viúvo(a)	3
União Estável	132
Casado(a)	597
Separado(a)	18
Solteiro(a)	11.934
Divorciado(a)	70

**SIMULAÇÃO DO PLANO DE DISTRIBUIÇÃO**

**TELEVISÃO VEICULAÇÃO: Outubro 2012**

MEIO	Veículo/Discriçãoção	Praça	Programação	Valor Unitário	Inserções	Total	Desconto	TOTAL
TV	TV Morena	Campo Grande	Mais Voce	565,00	3	1.695,00		1.695,00
			Globo Esporte	1.902,00	2	3.804,00		3.804,00
			Praça TV 1ª Edição	1.686,00	2	3.372,00		3.372,00
			Malhação	1.163,00	3	3.489,00		3.489,00
			Novela 18h	1.590,00	2	3.180,00		3.180,00
			Novela 20h	5.036,00	1	5.036,00		5.036,00
			Jornal Nacional	5.126,00	1	5.126,00		5.126,00
			Huck	1.053,00	2	2.106,00		2.106,00
	TV Morena	Ponta Porã	Mais Voce	167,00	3	501,00		501,00
			Globo Esporte	540,00	2	1.080,00		1.080,00
			Praça TV 1ª Edição	511,00	2	1.022,00		1.022,00
			Malhação	437,00	3	1.311,00		1.311,00
			Novela 18h	553,00	2	1.106,00		1.106,00
			Novela 20h	1.441,00	1	1.441,00		1.441,00
			Jornal Nacional	1.540,00	1	1.540,00		1.540,00
			Huck	358,00	2	716,00		716,00
	RIT TV	Dourados	RIT Cidade	526,50	4	2.106,00		2.106,00
			SOS Cidadão	526,50	3	1.579,50		1.579,50
			RIT Notícias	526,50	3	1.579,50		1.579,50
	Canal Boa Vida	Dourados	Festas e Eventos	78,00	6	468,00		468,00

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1821532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

			10:00-11:00					
			Programa Alfredo 12:00-13:00	78,00	9	702,00	702,00	
			Bares da cidade (14:00-15:00)	78,00	4	312,00	312,00	
SBT	Dourados		SBT MS 1ª EDICAO	1.375,00	12	16.500,00	16.500,00	
			SBT MS 2ª EDICAO	1.540,00	10	15.400,00	15.400,00	
			Eliana	2.110,00	2	4.220,00	4.220,00	
TOTAL TV					85	79.392,00	0,00	79.392,00

\* Descontos de Tv a negociar, após carta de Agenciamento.

RÁDIO VEICULAÇÃO: Outubro 2012								
MEIO	Veículo/Discriminação	Praça	Programação	Valor Unitário	Inserções	Total	Desconto	TOTAL
RÁDIO	Rádio Mega 94 FM	Campo Grande	Rotativo das 06h-24h	70,00	190	13.300,00	50%	6.650,00
	Rádio Capital FM		Rotativo das 06h-23h	50,00	190	9.500,00	35%	6.175,00
	Rádio 94 FM Dourados	Dourados	Rotativo das 06h-23h	20,00	190	3.800,00	valor negociado	3.800,00
	Rádio Grande FM 92,1		Rotativo das 06h-23h	28,00	190	5.320,00		5.320,00
	Rádio Boa Nova FM		Rotativo das 06h-23h	36,00	95	3.420,00		3.420,00
	Rádio FM Cidade 101		Rotativo das 06h-23h	25,00	190	4.750,00	20%	3.800,00
	Rádio Coração		Rotativo das 06h-23h		57			750,00
	Rádio Três Lagoas FM		Rotativo das 06h-23h	15,00	190	2.850,00	10%	2.565,00
	Rádio PBA FM 87,9	Paranaíba	Rotativo das 06h-23h	7,00	190	1.330,00		1.330,00
	Rádio Jovem Pan	Maringá/PR	Rotativo das 00h-23h	36,21	140	5.069,40	20%	4.055,22
	Rádio 98 FM	Pres. Prudente/SP	Rotativo das 06h-23h	19,00	190	3.610,00	valor negociado	3.610,00
TOTAL OUTDOOR				306,21	1.812	52.949,40		41.475,22

FAIXAS VEICULAÇÃO: Outubro 2012								
MEIO	Cidade	Quant. Produção	Valor Produção total	Colocação	Valor Instalação	Total	Desconto	TOTAL
FAIXAS (SERIDOOR)	Campo Grande	15	2.025,00	15			0,00	0,00
	Amambai	3	405,00	3			0,00	0,00
	Cassilândia	2	270,00	2			0,00	0,00
	Corumbá	3	405,00	3			0,00	0,00
	Coxim	2	270,00	2			0,00	0,00
	Jardim	2	270,00	2			0,00	0,00
	Mundo Novo	3	405,00	3			0,00	0,00

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

MEIO	Veículo/Discriminação	Praça	Programação	Valor Unitário	Inserções (dias)	Total	Desconto	TOTAL
MS Já	Naviraí	3	405,00	3			0,00	0,00
	Nova Andradina	3	405,00	3			0,00	0,00
	Paranaíba	3	405,00	3			0,00	0,00
	Ponta Porã	3	405,00	3			0,00	0,00
	Três Lagoas	5	675,00	5				0,00
	Dourados	15	2.025,00	15			0,00	0,00
<b>TOTAL FAIXAS</b>		<b>62</b>	<b>8.370,00</b>	<b>62</b>	<b>0,00</b>	<b>11.500,00</b>	<b>0,00</b>	<b>11.500,00</b>

SITE VEICULAÇÃO: Outubro 2012								
MEIO	Veículo/Discriminação	Praça	Programação	Valor Unitário	Inserções (dias)	Total	Desconto	TOTAL
INTERNET	Conesul Esportes	Dourados	Full banner topo	BONIFICACAO	30	#VALORI	valor negociado	2.500,00
	Dourados News		Full banner topo	SEM BONIFICACAO	30	3.500,00	valor negociado	3.500,00
	Conesul News		Full Banner Topo	BONIFICACAO	30			2.500,00
	Dourados Agora		Full banner topo	3 dias bonificacao	30			3.500,00
	MS Já		Full banner topo	BONIFACAO	30			2.400,00
	MS Total		Full Banner topo	BONIFICACAO	30		valor negociado	3.500,00
	Douranews		Full banner topo	BONIFICACAO	30			4.375,00
	Dourados Informa		Full banner topo	VEICULAÇÃO DURANTE 25 DIAS	25			3.500,00
	Jornal Folha de Dourados		Full banner cabeçalho	BONIFICACAO	30			3.500,00
	Perfil Universitário		Full Banner capa e topo	116,00	30	3.480,00	valor negociado	3.480,00
	Midiaflex		Full banner topo	BONIFICACAO	30			3.500,00
	Midiamax	Campo Grande	Super banner	BONIFICACAO 15 DIAS	30			3.500,00
	Campo Grande News - reaplicação de 7 dias no mesmo formato		Full banner topo	BONIFICACAO	30			3.500,00
	Redes Sociais MSN (MS)	MS	*					
<b>TOTAL INTERNET</b>				<b>116,00</b>		<b>#VALORI</b>	<b>0,00</b>	<b>43.255,00</b>

\* Verificando valores e negociação.

<b>TOTAL MÉDIA</b>	<b>#VALORI</b>	<b>175.622,22</b>
--------------------	----------------	-------------------

AÇÕES DIFERENCIADAS								
MEIO	Material	Praça	Discriminação	Valor Unitário	Quant.	R\$	Desc.	TOTAL

*Vander Soares Matoso*  
 Coordenador de Compras  
 Matr.: 1621582  
 CCOMP/PRADI/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

Shopping Avenida Center	Locação Escada Rolante	Dourados	Shopping Av. Center	750,00	4	3.000,00		3.000,00
	Adesivo Escada Rolante		Seridoor	350,00	4	1.100,00		1.100,00
Produção de Terceiros	Sessão Estúdio Fotográfico	Maringá	Mary Soares	220,00	1	220,00		220,00
	Edição e Locução VT 30" e spot, caches.				145.500,00		14.500,00	
TOTAL PRODUÇÃO DE TERCEIROS				1.100,00		4.100,00	0,00	18.820,00

\* Proposta em anexo.

\*\* Verificando valores e negociação.

MEIO	Discriminação	Praça	Valor Unitário	Quant.	R\$	Desc. 80%	TOTAL
PRODUÇÃO INTERNA (Ref. Tabela do Sinapro MS)	Planejamento de Comunicação Regional	Dourados	15.000,00	1	15.000,00	12.000,00	3.000,00
	Planejamento de Mídia	Dourados	3.600,00	1	3.600,00	2.880,00	720,00
	Produção Filme/VT 30"	Dourados	3.200,00	1	3.200,00	2.560,00	640,00
	Produção Spot 30"	Dourados	1.200,00	1	1.200,00	960,00	240,00
	Criação Adesivo Escada Rolante	Dourados	1.500,00	1	1.500,00	1.200,00	300,00
	Criação e finalização full banner	Dourados	2.500,00	1	2.500,00	2.000,00	500,00
	Criação e finalização Faixa de Rua	Dourados	800,00	1	800,00	640,00	160,00
	Criação e finalização Cartaz	Dourados	3.000,00	1	3.000,00	2.400,00	600,00
	Criação Banner	Dourados	1.100,00	1	1.100,00	880,00	220,00
	Criação Outdoor	Dourados	3.200,00	1	3.200,00	2.560,00	640,00
	Criação e finalização Folder	Dourados	2.400,00	1	2.400,00	1.920,00	480,00
TOTAL PRODUÇÃO AGÊNCIA					37.500,00	30.000,00	7.500,00

TOTAL GERAL (Mídia + Produção)	201.942,22
--------------------------------	------------

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1821532  
CCOMP/PRAD/UFOD

201.942,22



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**ANEXO II**  
**MODELO DE PROCURAÇÃO**

**Outorgante**

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

**Outorgado**

O representante devidamente qualificado

**Objeto**

Representar a outorgante na Concorrência ...../2014.

**Poderes**

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....-.....de ..... de 2014

EMPRESA

CARGO E NOME

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
GCOMP/PRADI/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**ANEXO III**  
**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

**1. Preços sujeitos a valoração**

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

I - desconto, a ser concedido à UFGD, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de ... **[UF em que está sediado a UFGD]**, referentes a peças 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);

II - honorários, a serem cobrados à UFGD, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: ...% (... por cento);

III - honorários, a serem cobrados à UFGD, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: ...% (... por cento);

IV - honorários, a serem cobrados da UFGD, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ...% (... por cento).

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

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

**2. Reutilização de peças publicitárias – direitos autorais**

2.1 Declaramos que, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, a UFGD pagará, no máximo, os seguintes percentuais em relação ao valor original de cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos, aos detentores de direitos sobre:

I - trabalhos de arte e outros: ...% (... por cento);

II - obras consagradas incorporadas a peças: ...% (... por cento).

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1821532  
CCOMP/PRAD/UFGD

da minuta de contrato (Anexo II)

3.4 Esta Proposta de Preços

desta concorrência

de

(nome da licitante)



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

2.2 Para a reutilização por períodos inferiores, os respectivos percentuais máximos serão obtidos pela regra de três simples.

**3. Outras declarações**

3.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato (Anexo IV).

3.2 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e a veículos, transferindo à UFGD as vantagens obtidas.


3.3 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos e demais meios de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo da UFGD, nos termos da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo IV).

3.4 Esta Proposta de Preços está sendo apresentada em conformidade com o Edital desta concorrência.

....., de....., de.....de 2014

(nome da licitante)

\_\_\_\_\_  
Representante legal

  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 152132  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



**ANEXO IV**  
**MINUTA DE CONTRATO**

Cláusula Primeira LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

Cláusula Segunda OBJETO

Cláusula Terceira VIGÊNCIA

Cláusula Quarta RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

Cláusula Quinta OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Cláusula Sexta OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

Cláusula Sétima FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

Cláusula Oitava REMUNERAÇÃO

Cláusula Nona DESCONTO DE AGÊNCIA

Cláusula Décima DIREITOS AUTORAIS

Cláusula Décima Primeira CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Cláusula Décima Segunda GARANTIA

Cláusula Décima Terceira SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Cláusula Décima Quarta RESCISÃO

Cláusula Décima Quinta DISPOSIÇÕES GERAIS

Cláusula Décima Sexta FORO

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO**

**CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE  
SERVIÇOS  
DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI,  
FAZEM A ..... E A EMPRESA**

.....  
Contrato nº .....

A Fundação Universidade Federal da Grande Dourados, sediada em Dourados-MS, na Rua João Rosa Góes, 1.761, Vila Progresso, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 07.775.847/0001-97, doravante denominada CONTRATANTE, neste ato representada ....., brasileiro, residente e domiciliado nesta cidade, inscrito no CPF/MF sob o nº ....., portador da Carteira de Identidade nº ....., e a ....., estabelecida em ....., na ....., inscrita no CNPJ/MF sob o nº ....., doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada ....., brasileiro, residente e domiciliado em ....., inscrito no CPF/MF sob o nº ....., portador da Carteira de Identidade nº ....., resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência nº 05/2014, Processo nº 23005.001235/2013-05, mediante os termos e condições a seguir:

**CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS**

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93.

1.1.1 Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto nº 6.555, de 08.09.08, do Decreto nº 57.690, de 01.02.66, do Decreto nº 4.563, de 31.12.02, **[quando for o caso, acrescentar: do Decreto nº 3.722, de 09.01.01, da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02, de 11.10.10,]** e da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21.12.10.

1.2 Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência 05/2014 e seus anexos, bem como as Propostas .....

**CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO**

  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 162132  
CCOMP/PRAD/UFED





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



2.1 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 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 promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução deste contrato;

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

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela CONTRATADA.

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

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.1.2 Os serviços previstos no subitem 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

*Vander Soares Maloso*  
Vander Soares Maloso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





## 3.1.1 A CONTRATANTE

entre as partes, nos termos

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

2.3 A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

**CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA**

3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1 A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE, em conformidade com o art. 38 da Instrução Normativa nº 4, de 21.12.10, e com o subitem 7.10 deste contrato.

**CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

4.1 As despesas com o presente contrato, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$..... (.....).

4.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2014 está consignado no Orçamento Fiscal da União, na seguinte funcional programática.....

4.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, no Orçamento Fiscal da União as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.4 A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

**CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

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

5.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Dourados - MS, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório. Se necessário, a CONTRATADA poderá eventualmente utilizar seus estabelecimentos em outros Estados para executar parte dos serviços objeto deste contrato, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Dourados - MS, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

5.1.3 Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

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

5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

5.1.5.3 A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 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 neste contrato.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Disponibilização de Referências (SIREF), de que trata o art. 8º da Instrução Normativa SECOM nº 2, de 16 de dezembro de 2009, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no SIREF que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

5.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1821532  
CCOM/PRADI/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

5.1.7.2 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/1993 está dispensado do procedimento previsto no subitem 5.1.7.1.

5.1.7.3 A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF.

5.1.7.4 Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do **Gestor** deste contrato.

5.1.7.5 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

5.1.7.6 Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.7 As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.6 não se aplicam à compra de tempos e ou espaços publicitários.

5.1.8 Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.8.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

5.1.9 Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.9.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.10 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2 Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

a) TV e Cinema: cópias em *Betacam*, e ou DVD e ou arquivos digitais;

  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
GCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

b) Internet: cópias em CD;

c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

5.1.12.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em *Betacam* com a peça de TV.

5.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.12.

5.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.12.

5.1.15 Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.16 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de **5 (cinco)** dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados

*Vander Soares*  
**Vander Soares**  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UEG



solicitação.

5.1.20 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.



5.1.21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.18 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

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

5.1.20 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.22 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.

5.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

5.1.24 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.25 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.

5.1.26 Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFED





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

5.1.28 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

5.1.29 Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

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

5.1.31 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

**CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

6.1 Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;

e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas na execução deste contrato;

g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2 A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

**CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

7.1 A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1 Serão nomeados um **Gestor** titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato 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.

7.2 A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

7.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.4 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1821532  
CCOMP/PRAD/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

7.5 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.6 A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

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

7.9 À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.10 A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

7.10.1 A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao **Gestor** deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

**CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO**

8.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1 Honorários de ..... % (..... 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, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFCD





## MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

COORDENADORIA DE COMPRAS

8.1.2 Honorários de ..... % (..... 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.

8.1.3 Honorários de ..... % (..... 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 desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.1.4 ..... (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

8.1.4.1 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.4.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.4, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3 A CONTRATADA não fará jus a:

a) honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

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

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



8.4 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

8.4.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

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

**CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA**

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

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

9.2 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.

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

9.2.1.1 Quando a política de preços for similar à praticada no Brasil, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação à base do percentual bruto praticado em cada país, que incidirá sobre os preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, e repassará à CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS**

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

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

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

10.1.3 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

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

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1 A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

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

10.2.1.1.1 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 - Disponibilidade Interna (IGP-DI) da

*Vander Soares Matos*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**10.2.2 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 pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo .... % (.... por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.**

10.2.2.1 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 - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

10.4 A CONTRATADA se obriga a fazer constar, 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 pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

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

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

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a 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;

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1624532  
CCOMP/PRAD/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

10.6 A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo federal. 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 à CONTRATANTE.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS**

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal {nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica [NF-e] ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica [NFS-e], conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da CONTRATADA, ou outro critério legalmente aceitável}, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ nº ....., da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - a primeira via do documento fiscal {nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica [NF-e] ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica [NFS-e], conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da CONTRATADA, ou outro critério legalmente aceitável} do fornecedor ou do veículo, que será emitido em nome da CONTRATANTE;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no seguinte endereço: Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (auditório da Unidade I)

11.1.2 O **Gestor** deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

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

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1821532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**I - serviços executados pela CONTRATADA:**

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

**II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:**

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1 As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 11.2.

11.2.2 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo **Gestor deste contrato**, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGRD



11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar os seguintes comprovantes:



## **MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**

**COORDENADORIA DE COMPRAS**

11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4 Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1 deste contrato.

11.5 No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

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

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

I.1) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

**II - Mídia Exterior:**

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

**II.2 - Mídia *Digital Out Off Home*:** relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

**II.3 - Carro de Som:** relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

**III - Internet:** relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

**11.5.2** As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

**11.6** Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA no SICAF, mediante consulta on-line.

**11.6.1** A CONTRATADA deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município, se:

I - não estiver cadastrada no SICAF;

II - se sua situação no SICAF apresentar documentação obrigatória vencida.

11.6.1.1 Em qualquer das situações previstas no subitem 11.6.1, a CONTRATADA deverá apresentar ainda a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

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

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

11.8 No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com a aplicação da seguinte fórmula:

$EM = I \times N \times VP$ , Onde:

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

$$I = \frac{(TX/100)}{365} = \frac{(6/100)}{365} = 0,00016438$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%.

11.8.1 A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

11.9 A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10 Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de serviços especializados e a veículos e demais meios de divulgação em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.10.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

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

11.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 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.

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

11.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

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

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

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

11.11 A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA**

12.1 A CONTRATADA, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor de R\$ 3.000,00 (três mil reais), correspondente a 5 % (cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 da Cláusula Quarta.

12.2 Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b) seguro-garantia;

c) fiança bancária.

12.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

12.4 Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) a apólice deverá indicar a CONTRATANTE como beneficiária.

12.5 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

a) prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFED





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



12.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

12.7 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

12.8 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.9 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.10 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.11 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

12.12 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.13 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu **Gestor**, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.13.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

12.14 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2.

*Vander Soares Maroso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 162.1532  
CCOMP/PRAD/UFOD





## **MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

12.14.1 Aceita pela CONTRATANTE, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I - advertência;

II - multa de mora e multa por inexecução contratual;

III - suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;

IV - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.1.3 As sanções aplicadas serão registradas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF pela CONTRATANTE.

13.1.3.1 A CONTRATANTE comunicará, por escrito, à CONTRATADA que a sanção foi registrada no SICAF.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - as multas e a advertência serão aplicadas pela Autoridade Competente;

II - caberá a Autoridade Competente aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade;

III - a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Ministro de Estado de Educação.

13.3 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UEGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1 No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.4.1 O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de X % (..... por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

13.4.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço caracterizará inexecução total deste contrato.

13.5 A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

I - de 30 % (trinta por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 10 % (dez por cento), calculado sobre o valor previsto no subitem 4.1, pela:

a) recusa injustificada em apresentar a garantia prevista nos subitens 12.1 e 12.4 deste contrato;

b) inexecução total deste contrato;

c) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

13.6 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 12 (doze) meses:

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a CONTRATANTE;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5 deste contrato;

II - por até 2 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da **Ordem de Serviço**, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;

c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo a CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;

g) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;

h) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

13.6.1 Na aplicação das sanções previstas no subitem 13.6 serão levadas em consideração a gravidade da infração e as circunstâncias atenuantes ou agravantes.

13.7 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

- I - causar prejuízo à CONTRATANTE por má-fé, ação maliciosa e premeditada;
- II - atuar com interesses escusos
- III - reincidir em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE;
- IV - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;
- V - demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados; ou
- VI - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

13.7.1 A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8 Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso.

13.9 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.10 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

13.11 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

13.11.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO**

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não mantiver suas condições de habilitação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1.

*Vander Soares Matoso*  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMP/PRADI/UGD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



14.1.2 Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1 Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela CONTRATANTE.

14.2 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.2.1 A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

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

14.4 Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da CONTRATADA, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a CONTRATANTE, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

14.4.1 A CONTRATANTE se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2 Em caso de cisão, a CONTRATANTE poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3 Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à CONTRATANTE, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1 A não apresentação do comprovante em até 5 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e na lei.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS**

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Matr: 1621532  
CCOMP/PRAD/UFOD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

15.1 A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

15.3 Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4 São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

15.5 A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO**

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de Dourados-MS.

[ou]

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 3 (três) vias.

Dourados - MS ,..... de ..... de 2014

  
**Vander Soares Matoso**  
Coordenador de Compras  
Matr.: 1621532  
CCOMPRADUFGRD





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
PRÓ-REITORIA DE ADMINISTRAÇÃO  
COORDENADORIA DE COMPRAS**



Processo Nº 23005.001235/2013-05

Concorrência Nº 05/2014

Senhor Pró-reitor,

Encaminho-vos o presente processo para aprovação de Minuta de Edital (fls 50 a 97v) e seus demais anexos, para a contratação de pessoa jurídica especializada para prestação de serviços de publicidade.

Informo-vos que a minuta foi construída tendo como base o modelo disponibilizado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República SECOM/PR disponível em seu sítio eletrônico no seguinte endereço: <http://www.secom.gov.br/aceso-a-informacao/institucional/legislacao/arquivos-de-manuais/modelo-de-editais-de-publicidade>, tudo em consonância com a Lei 12.232 de 29 de abril de 2.010 que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e a Instrução Normativa Nº 4 de 21 de dezembro de 2.010 da SECOM/PR que disciplina as licitações e os contratos de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda a órgão ou entidade do Poder Executivo Federal.

Por fim, após aprovação, solicito-vos o envio para o setor competente para informar a disponibilidade orçamentária no valor de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais) conforme apontado pelo setor demandante (fl. 04) e posterior envio para análise e parecer jurídico na forma da Lei, atendendo o disposto no § primeiro do art. 6º da IN 04/2.010 para encaminhamento a SECOM/PR.

Dourados-MS, 01 de outubro de 2014.

*Vander Soares Matoso*  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras

Coordenadoria de Compras – UFGD – Rodovia Dourados/Itahum, km 12 – Zona Rural, Dourados – MS – CEP 79.804-970 –  
Telefone (67) 3410-2800 – Email: [compras@ufgd.edu.br](mailto:compras@ufgd.edu.br)

*A coordenação de compras  
para a contratação  
contabil e jurídica  
disponibilizado  
orçamento  
01/10/14  
Prof. Sidnei Azevedo de Souza  
Pró-Reitor de Administração  
PRAD/UGD*



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA  
GRANDE DOURADOS**



**Despacho para classificação nº 593/2014.**

**Processo: nº 23005.001235/2013-05**

Informamos a classificação contábil para atender o item solicitado:

ND:

33390.39.92 serviços de publicidade institucional.

Dourados-MS, 01 / 10 /2014.

  
**Cláudia Finger**

Divisão de Contabilidade/COOF/PROAP, em exercício.

Declaramos a existência dos recursos orçamentários para atender o item solicitado.

Programa de trabalho nº: 62228

Fonte de recursos: 0112

PI: F202RG0101N

QDI: 4004/2014

À

**Pró-Reitoria de Administração**

Dourados-MS, 01 / 10 /2014.

  
**Cristiane Stolte Farias**

Coordenadoria de Gestão Orçamentária e Financeira, em exercício.

*A procuradoria  
para análise e  
parar.  
01/10/14  
Moura*





Proc. 23005.001235/2013-05

ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO PROCURADORIA-GERAL FEDERAL PROCURADORIA FEDERAL JUNTO À UFGD
Recebido nessa Procuradoria Federal em 01/10/14
 Assinatura

Michel Zanoni Camargo  
Auditor  
Matr. 2976005  
UFGD



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

---

**PARECER Nº 067/2014/PF-UFGD/PGF/AGU**

**Processo:** nº 23005.001235/2013-05<sup>1</sup>

**Interessado:** UFGD (Pró-Reitoria de Administração)

**Solicitante:** UFGD (Pró-Reitoria de Administração)

**Assunto:** Licitação

**Ementa:** Administrativo. Licitação. Concorrência. Melhor técnica. Regime de empreitada por preço unitário. Serviço de PUBLICIDADE INSTITUCIONAL ENVOLVENDO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO. Estimativa de custos: R\$500.000,00. Aprovação da minuta de edital condicionada ao atendimento das recomendações, orientações e observações contidas no parecer<sup>2</sup>

**I – A Consulta**

1. O Senhor Pró-Reitor de Administração da UFGD consulta esse órgão de execução da Procuradoria-Geral Federal sobre a minuta de edital juntada nos autos. A referida consulta encontra fundamento no *parágrafo único* do artigo 38 da Lei 8.666/3.
2. Ao que se percebe pelas peças juntadas, cuida-se de licitação na modalidade concorrência, do tipo melhor técnica, sob o regime de empreitada por preço unitário, sendo o seu objeto a seleção de empresa para

---

<sup>1</sup> Atualmente com 99 folhas.

<sup>2</sup> A aprovação condicional da licitação/contratação segue orientação contida no Enunciado nº 05 do Manual de Boas Práticas Consultivas da Advocacia Geral da União.





## ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO PROCURADORIA-GERAL FEDERAL

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

a prestação de serviços de publicidade institucional para atender a UFGD, 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 publicidade aos veículos e demais meios de veiculação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas, instituições ou de informar o público em geral.

3. O processo encontra-se instruído com diversos documentos e foi enviado a essa Procuradoria Federal por meio do despacho de fl 99.

### II – Apreciação

#### II.A – Questões preliminares

##### II.A.1 – Sobre a autuação e registro do processo

4. Ao compulsar o presente caderno, é possível extrair que o processo licitatório fora regularmente iniciado, tendo sido autuado, protocolado e numerado, tal como exige o artigo 38, *caput*, c/c artigo 4º, *parágrafo único*, todos da Lei 8.666, de 1993. Suas folhas, outrossim, encontram-se sequencialmente numeradas e rubricadas, na forma do artigo 22, § 4º, da Lei 9.784, de 1999.

##### II.A.2 – Sobre a autorização para a abertura do processo

5. Compete ao dirigente máximo da entidade a autorização para que seja deflagrado o procedimento licitatório, a homologação do certame, a assinatura do contrato etc. E no caso, o dirigente máximo é o Reitor da Universidade (artigo 7º da Lei nº 11.153/2005).

6. Encontra-se em vigência, todavia, a Portaria/Reitoria nº 793/2012, a qual delega *amplos* poderes ao Pró-Reitor de Administração



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

para tratar de questões relacionadas a licitações no seu âmbito de atuação.

7. Assim, após vencidas todas as etapas da fase interna da licitação, **orienta-se** para que antes de se avançar rumo à fase externa da licitação seja proferido despacho formal pelo Pró-Reitor de Administração autorizando a abertura do certame, na forma exigida pelo artigo 38, *caput*, da Lei 8.666, de 1993.

**II.A.3 - Sobre a constituição e competência da comissão julgadora da licitação. Necessidade de se constituir subcomissão técnica**

8. A matéria encontra-se tangenciada no artigo 10 da Lei nº 12.232, de 2010, *verbis*:

“Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 3º Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea *a* do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, a relação prevista no § 2º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 4º A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

§ 5º Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**  
**Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados**

integrante da relação a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

§ 6º 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.

§ 7º 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 artigo.

§ 8º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

§ 9º O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.

§ 10. Nas licitações previstas nesta Lei, quando processadas sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou marketing”.

9. Compulsando-se os autos, percebe-se que restou juntada a cópia da Portaria/REITORIA nº 528, de 13 de junho de 2014, que dispõe sobre a constituição da Comissão Permanente de Licitação – CPL (fl 38). Isso permite concluir que a norma contida no *caput* do artigo 10 acima transcrito encontra-se atendida, porquanto permite que a licitação para a contratação do serviço de publicidade seja processada tanto por comissão permanente quanto por comissão especial.

10. De outra parte, verifica-se que o edital também está a tratar da subcomissão técnica para a análise e julgamento das propostas técnicas, prevendo os mecanismos de investidura de seus membros e seguindo os preceitos do artigo 10 da Lei 12.232/2010. Nesse aspecto, chama-se a atenção para a adoção rigorosa do procedimento para escolha dos membros



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

desta subcomissão técnica, o qual se apresenta permeado de detalhes que, se não cumpridos, podem levar à nulidade do certame.

**II.A.4 – Sobre a disponibilidade orçamentária para garantir a despesa**

11. O § 2º, inciso III, do artigo 7º da Lei 8.666/93 denota que as obras e serviços somente poderão ser licitadas quando houver previsão de recursos orçamentários suficientes para assegurar o pagamento da despesa a ser criada no exercício em curso.

12. Por outro lado, caso o orçamento vigente não contemple recursos para a totalidade do gasto público, a despesa precisa estar incluída no plano plurianual, na forma exigida pelo § 1º do artigo 167 da Constituição Federal.

13. A **despesa máxima anual** com a execução do objeto foi estimada em R\$500.000,00. Consta dos autos, por outro lado, despacho da Coordenadora de Gestão Orçamentária e Financeira em Exercício, Cristiane Stolte Farias, declarando a existência de disponibilidade orçamentária para atender a despesa (fl 99).

14. Outrossim, caso a ação que ampara a despesa tenha sido classificada como “projeto” na lei orçamentária anual, **recomenda-se** que o ordenador de despesa adote as providências exigidas no artigo 16, inciso I e II, da Lei Complementar nº 101/2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal), máxime por conta do conteúdo do artigo 15 da referida lei complementar.

15. Transcrevem-se, por oportuno, os referidos textos legais, *verbis*:

“Art. 15. Serão consideradas não autorizadas, irregulares e lesivas ao patrimônio público a geração de despesa ou assunção de obrigação que não atendam o disposto nos arts. 16 e 17.

Art. 16. A criação, expansão ou aperfeiçoamento de ação governamental que acarrete aumento da despesa será acompanhado de:

I - estimativa do impacto orçamentário-financeiro no exercício em que deva entrar em vigor e nos dois subsequentes;





## ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO PROCURADORIA-GERAL FEDERAL

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

II - declaração do ordenador da despesa de que o aumento tem adequação orçamentária e financeira com a lei orçamentária anual e compatibilidade com o plano plurianual e com a lei de diretrizes orçamentárias.

§ 1º Para os fins desta Lei Complementar, considera-se:

I - adequada com a lei orçamentária anual, a despesa objeto de dotação específica e suficiente, ou que esteja abrangida por crédito genérico, de forma que somadas todas as despesas da mesma espécie, realizadas e a realizar, previstas no programa de trabalho, não sejam ultrapassados os limites estabelecidos para o exercício;

II - compatível com o plano plurianual e a lei de diretrizes orçamentárias, a despesa que se conforme com as diretrizes, objetivos, prioridades e metas previstos nesses instrumentos e não infrinja qualquer de suas disposições.

§ 2º A estimativa de que trata o inciso I do *caput* será acompanhada das premissas e metodologia de cálculo utilizadas.

§ 3º Ressalva-se do disposto neste artigo a despesa considerada irrelevante, nos termos em que dispuser a lei de diretrizes orçamentárias.

§ 4º As normas do *caput* constituem condição prévia para:

I - empenho e licitação de serviços, fornecimento de bens ou execução de obras;

II - desapropriação de imóveis urbanos a que se refere o § 3º do art. 182 da Constituição.

(....)

16. Sobre essa temática, vale transcrever a ementa do PARECER Nº 01/2012/GT359/DECONSU/PGF/AGU, que fora recentemente aprovado pelo Exmo. Sr. Procurador Geral Federal, *verbis*:

### “EMENTA

LEI DE RESPONSABILIDADE FISCAL. INTELIGÊNCIA DO ART. 16, INCISOS I E II. LICITAÇÕES E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS.

I - A estimativa de impacto orçamentário-financeiro e a declaração do ordenador de despesa somente deve ser exigidas quando a ação que ampara a despesa foi classificada como projeto na Lei Orçamentária Anual.

II - Caso a Administração Pública não tenha informado a classificação da ação por tipo, a Consultoria deverá exigir manifestação da Administração Pública sobre a natureza da ação que suportará a despesa.

III - Se a ação for considerada projeto, a licitação e o empenho somente poderão ser realizados se forem elaboradas, previamente, a estimativa de impacto orçamentário-financeiro e a declaração do ordenador da despesa de compatibilidade do aumento da despesa com o PPA, a LDO e a LOA.”

## II.A.5 – Sobre a justificativa para a deflagração do procedimento

17. A doutrina moderna ensina que todo ato administrativo precisa ser motivado. Pelo fato de a atividade administrativa visar, sempre, o interesse público, não se admite mais que a Administração pratique atos



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

sem dizer as razões que os determinaram.

18. No terreno dos contratos administrativos não é diferente. Além de cumprir regramento legal, como por exemplo o contido nos artigos 2º e 50 da Lei 9.784/99, a decisão por adquirir bens ou contratar serviços e obras precisa ter uma conformação com o interesse público, situação que só é demonstrável a partir da motivação ou justificativa do ato de contratação.

19. Nesse sentido, cumpre sinalar que, em se tratando de licitações e contratos, levando em conta que os órgãos integrantes do controle externo irão analisar a conduta do gestor algum tempo depois, acredita-se ser do maior interesse que as razões que determinaram a prática do ato fiquem inteiramente registradas para não permitir qualquer tipo de análise equivocada no futuro.

20. Há que se ponderar, ainda, que justificar a abertura de um processo para contratação significa demonstrar previamente, de maneira metódica e didática, as razões pelas quais a Administração se orientou rumo à contratação. Ou mesmo porque escolheu um caminho em detrimento de outro. Nessa linha, tem-se que a justificativa genérica, que não demonstra claramente a ligação entre o objeto a ser contratado e a sua aplicação prática no dia a dia da Administração, nem o porquê fora escolhido esse ou aquele caminho, não é recomendável.

21. A questão que se põe é que se houver no futuro algum questionamento sobre o porquê da contratação de tal objeto, o fato de ter sido bem justificado, com a indicação precisa das necessidades administrativas no momento da contratação, bem como do porquê fora escolhido este ou aquele caminho, colocará o gestor numa situação de tranquilidade frente às auditorias realizadas pelos órgãos de controle.

22. No caso dos autos, registra-se, foi juntada justificativa para a licitação do serviço (fls 3/5).





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**  
Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

**II.A.6 – Plano Anual de Comunicação – PAC da entidade. Inexistência**

23. Além do Acórdão/TCU 2.062/2006 – Plenário, o artigo 7º, inciso III, do Decreto 6.555/2008 exige que as licitações de publicidade estejam em consonância com o Plano Anual de Comunicação – PAC da entidade ou do órgão licitante, cuja confecção deve estar em harmonia com as diretrizes gerais fixadas pela SECOM/PR. Essa é a regra.

24. Entretanto, o *parágrafo único*, inciso III, do artigo 6º do Decreto 6.555/2008 dispensa tal plano em algumas situações. É esse o conteúdo da norma, *verbis*:

Art. 6º. (.....):

(.....)

Parágrafo único. No exercício de sua competência normativa, a Secretaria de Comunicação Social poderá:

(.....)

III - dispensar a apresentação de planos anuais de comunicação previstos no inciso III do art. 7º, em função da classificação ou da periodicidade das ações.

25. Portanto, fica a recomendação para que seja averiguado se há ou não autorização da SECOM para que a UFGD dispense o PAC. Não havendo autorização para a dispensa, ter-se-á de promover a adequação dos autos quanto a esse aspecto.

**II.A.7 - Sobre o projeto básico. Briefing. Entendimentos divergentes entre o Tribunal de Contas da União – TCU, de um lado, e a Advocacia-Geral da União – AGU, de outro. Matéria, ademais, que restou regulada na recente Lei nº 12.232, de 2010**

26. A necessidade de projeto básico nas contratações de serviços encontra-se tipificada na Lei 8.666/93, cujo artigo 7º, § 2º, inciso I, denota:

“Art. 7º. (.....).

§ 2º. As obras e os serviços somente poderão ser licitados quando:

I – houver projeto básico aprovado pela autoridade competente e disponível para exame dos interessados em participar do processo licitatório”.



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

27. Consoante se infere do conceito legal contido no inciso IX do artigo 6º da Lei 8.666/93<sup>3</sup>, a finalidade do projeto básico é a de definir, de maneira precisa, adequada e suficiente, o objeto da licitação. Por outra parte, entende-se por objeto da licitação o conjunto de obrigações por serem pactuadas e assumidas pelas partes no futuro negócio jurídico. De tal maneira que, sendo o objeto o núcleo do contrato a ser firmado, não há dúvidas sobre a imprescindibilidade de uma definição precisa, correta e suficiente desse elemento essencial do negócio posto em licitação. Isso é, pois, exigência inafastável.

28. Ocorre que a exigência de uma completa, correta e precisa definição do objeto a ser licitado não leva, segundo a doutrina especializada, à imprescindibilidade do projeto básico, sobretudo quando há outros instrumentos aptos a substituir a sua função no processo de licitação e contratação. É isso o que ocorre, por exemplo, com a substituição do projeto básico pelo termo de referência nas licitações na modalidade pregão. Confira-se, nesse sentido, a doutrina do professor Lucas Rocha Furtado<sup>4</sup>, eminente membro do Ministério Público Especial junto ao TCU, *verbis*:

"A Lei de Licitações procura ser minuciosa quando trata da questão dos projetos básicos e executivos. Toda essa preocupação está relacionada à necessidade de que o objeto da obra ou serviço esteja detalhadamente descrito e analisado, do ponto de vista técnico, de modo a permitir sua perfeita execução. Na prática, no entanto, temos observado diversas licitações, principalmente na área de serviços, não conterem projeto básico ou executivo e não serem verificadas grandes dificuldades em sua execução. Qual a necessidade, por exemplo, da elaboração de projeto de impacto ambiental (que está relacionado ao projeto básico) na contratação de serviços de vigilância, ou de assistência técnica a produtos de informática ou de elevadores?

Desde que o edital ou o convite, caso haja licitação, e o próprio contrato contenham a indicação detalhada de todas as condições em que o serviço será executado, não haverá problemas na execução do objeto do contrato se esses projetos não forem apresentados.

<sup>3</sup> Art. 6º. (...) IX - Projeto Básico - conjunto de elementos necessários e suficientes, com nível de precisão adequado, para caracterizar a obra ou serviço, ou complexo de obras ou serviços objeto da licitação, elaborado com base nas indicações dos estudos técnicos preliminares, que assegurem a viabilidade técnica e o adequado tratamento do impacto ambiental do empreendimento, e que possibilite a avaliação do custo da obra e a definição dos métodos e do prazo de execução, devendo conter os seguintes elementos: (...)

<sup>4</sup> Curso de Licitações e Contratos Administrativos, editora Fórum, 2007, pág. 645/646.





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**  
Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

Se a descrição do objeto e sua forma de execução já estiverem suficientemente especificadas de modo a permitir seu perfeito e integral cumprimento, pode ser dispensada a elaboração do projeto básico, assim como do executivo.

29. Nessa mesma linha caminham os ensinamentos do professor Marçal Justen Filho<sup>5</sup>, *verbis*:

“A exigência genérica de projetos básico e executivo como requisito da instauração da licitação, prevista no art. 7º, tem de ser interpretada em termos. Essa redação retrata as concepções fortemente relacionadas com o campo da engenharia. É claro que “projetos básicos e executivo” são figuras relacionadas com o campo da engenharia. Logo, não há cabimento de exigir “projeto básico e executivo” em outras espécies de serviço. Assim, por exemplo, essa figura não existirá em uma licitação para serviços de vigilância.

Mas daí não se segue que a licitação possa ser instaurada sem a existência de informações precisas sobre a prestação a ser executada, as técnicas a serem adotadas, os custos e tudo o mais que se revelar como necessário para identificar os direitos e obrigações das partes. Deve interpretar-se a Lei no sentido de que qualquer tipo de serviço deverá ser previsto com minúcia. O ato convocatório deverá descrever todas as etapas que serão executadas, com indicação dos encargos do contratado, cronograma físico-financeiro etc. Enfim, o ato convocatório deverá fornecer os detalhes equivalentes àquilo que se exige nas licitações para obra e serviço de engenharia. Dito de outro modo, será imperiosa a existência de previsões e descrições equivalentes àquelas constantes de projeto básico e projeto executivo, ainda que se atribua ao documento denominação diversa. E se não houver? Suponha-se que se verifica que a Administração iniciou o procedimento licitatório sem dispor de informações mínimas satisfatórias para fundamentar o processo licitatório. A hipótese é extremamente grave e caracteriza não apenas a nulidade dos atos subsequentes, mas a necessidade de severa punição aos responsáveis. A situação descrita caracteriza infração a deveres essenciais e basilares que recaem sobre o administrador público: a prudência, a diligência, e o compromisso com a melhor utilização para os recursos públicos. No entanto, poderá concretizar-se situação prática em que caberá dar seguimento à contratação para evitar prejuízos ainda maiores para os cofres públicos”.

30. No caso, não consta dos autos nenhum documento intitulado “projeto básico”. Entretanto, encontra-se no caderno um documento denominado “briefing” (Anexo I do edital – fls 75v/80), instrumento esse que, em razão do conteúdo que comumente lhe é imprimido, vem sendo utilizado como substituto do projeto básico nos processos de licitação para a

<sup>5</sup> Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, editora Dialética, 12ª edição, 2008, pág. 135.



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

contratação de serviços de publicidade institucional<sup>6</sup>.

31. É de ser pontuado, entretanto, que o Egrégio Tribunal de Contas da União decidiu no **Acórdão 2.062/2006 – Plenário** que o *briefing* não corresponde ao projeto básico. E a razão para esse entendimento, segundo se infere do referido Acórdão, tem por fundamento o fato de esse documento: **a)** não detalhar a execução física e financeira do objeto; e **b)** não conter os elementos que devem conter o projeto básico, sem definição precisa do objeto licitado, o que infringe as exigências dos artigos 6º, inciso IX, e 7º, § 2º, I e II, e § 4º da Lei 8.666/93 – além de restringir o caráter isonômico da licitação.

32. Com efeito, assim entendeu o TCU, *verbis*:

“(.....). A proposta técnica é preparada pelas licitantes a partir de orientações e diretrizes da administração, que integram o briefing. Esse documento não guarda correspondência com o projeto básico, por não detalhar a execução física e financeira.

De acordo com a Instrução Normativa/Secom nº 2, de 27/4/1993, o briefing deve conter os seguintes elementos:

- a) descrição e análise da situação geral (necessidades e aspirações que a entidade se propõe a satisfazer e atender; problemas da sociedade que a atuação do cliente se propõe a solucionar; resultados que a entidade vem obtendo com sua atual política; por exemplo);
- b) descrição e análise da situação específica - que se deseja consolidar ou alterar (“situação de crise”) - de cada uma das principais linhas de atuação da entidade;
- c) objetivos institucionais ou de mercado;
- d) problemas e vantagens institucionais ou de mercado;
- e) esforços anteriores de comunicação; tratamento dispensado nos últimos anos à linha de atuação específica e à imagem global da entidade; avaliação do resíduo deixado por esses esforços (“recall”); compatibilidade e incompatibilidade entre tais esforços e a situação e os projetos atuais;
- f) recursos próprios de comunicação, utilizável na execução do contrato, tais como cadastro de mala direta ou cadastro de clientela, rede de pontos de venda ou de postos de atendimento, contratos de permuta ou crédito contra veículos de comunicação, acesso ao tempo gratuito vinculado ao acordo Presidência da República/ABERT;
- g) problema específico, concreto e imediato de comunicação.

(.....)

Em verdade, pelos editais e contratos aprovados pela Secom, não é possível definir exatamente quais os serviços que a agência contratada irá prestar, já que os projetos

<sup>6</sup> É nesse sentido o entendimento do Advogado Geral da União manifestado no âmbito do processo em que foi proferido o Acórdão nº 2.062/2006 – Plenário do TCU.





## ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO PROCURADORIA-GERAL FEDERAL

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

básicos, em desacordo com o previsto na Lei nº 8.666/93, não identificam de forma detalhada os serviços a serem executados.

Tendo em vista que o contrato de publicidade firmado pela Secom, tido como modelo, prevê objeto múltiplo e genérico, essa característica acabou por afetar, de modo generalizado, os ajustes assinados pelos demais órgãos/entidades da Administração Pública Federal.

A adoção de objeto múltiplo contraria o disposto no inciso IX do art. 6º e §4º do art. 7º da Lei nº 8.666/93, além de restringir o caráter isonômico da licitação, conforme dispõe a Súmula nº 177 do TCU:

“A definição precisa e suficiente do objeto licitado constitui regra indispensável da competição, até mesmo como pressuposto do postulado de igualdade entre os licitantes, do qual é subsidiário o princípio da publicidade, que envolve o conhecimento, pelos concorrentes potenciais das condições básicas da licitação, constituindo, na hipótese particular da licitação para compra, a quantidade demandada uma das especificações mínimas e essenciais à definição do objeto do pregão”.

A prática de contratação com objetos múltiplos já foi considerada irregular pelo Tribunal, conforme podemos constatar na Decisão nº 650/1997 (fl. 78/80). Nessa deliberação, o Plenário determinou ao Embratur que se abstivesse de firmar contrato com objetos múltiplos, concernentes a serviços de naturezas diversas, tais como assessoramento, criação de anúncios e pesquisa de opinião (subitens 1.4 e 1.6).

Mais recentemente, por meio do Acórdão nº 1.805/2003-1ª Câmara (subitem 9.4)(13) (fl. 81/84), a questão voltou a ser tratada pelo TCU. Foi determinado à Secom/PR que, “doravante, não aprove minutas de editais para contratação de serviços de publicidade com cláusula prevendo a realização de ações de patrocínio pela futura contratada, bem como observe as deliberações contidas na Decisão nº 650/97 - Plenário - TCU, abstenho-se de aprovar minutas de editais de licitação com objetos múltiplos e cláusula atribuindo a terceiros a gestão de recursos públicos” (grifamos).

-----  
(13) TC nº 008.013/2000-5 – Representação

Conforme constatado na auditoria realizada na Secom, essa Secretaria fez cumprir formalmente a determinação do Tribunal e restringiu o objeto do contrato que firmou após a deliberação. Na prática, todavia, continuou a executar, no âmbito do ajuste, ações previstas no contrato anterior, caracterizando, dessa forma, execução de despesas fora do objeto contratual, conforme apontado no item 2.5.6 do relatório de auditoria (TC 012.614/2005-2).

O fato de o objeto ser múltiplo e indeterminado está correlacionado a duas outras irregularidades. A primeira delas refere-se ao projeto básico, que não contém os elementos necessários para caracterizar o serviço e não inclui orçamento detalhado em planilhas que expresse a composição dos custos dos serviços a serem prestados. A segunda diz respeito aos gastos em publicidade no período de vigência do contrato, que é apenas indicado por um valor máximo estimado.

Tomando-se como paradigma o projeto básico de licitação realizada pela Secom(14) (fl. 85/120), observa-se que os custos e os serviços a serem prestados são tratados de forma genérica, sem menção a valores (fls 121/125).

-----  
(14) Concorrência nº 001/2003 (Processo Secom nº 00170.000395/2003-40)

São apenas previstas despesas não quantificadas com o pagamento pelos serviços



## ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO PROCURADORIA-GERAL FEDERAL

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

prestados (que compreendem ressarcimento de custos internos e honorários incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros), pela veiculação de peças publicitárias (a cargo dos veículos de divulgação) e pelos serviços prestados por empresas subcontratadas para a produção de peças, materiais e outros serviços auxiliares ou complementares.

No item 6 do projeto básico constante da mencionada licitação, é informado que o custo das ações e o cronograma de desembolso dependem de uma conjugação de fatores que não estão sujeitos às regras conhecidas de planejamento. Nesse mesmo item, afirma-se que "é praticamente impossível para um ente do Poder Público com a complexidade do Executivo Federal, especialmente em seu primeiro ano de mandato, prever os temas, os enfoques e as épocas em que precisará dirigir-se à sociedade para transmitir informações de interesse dela ou de parte dela. Essa tarefa torna-se ainda mais complexa na medida em que as ações de comunicação institucional, a cargo da ex-Secom, deverão levar em conta as necessidades de comunicação de todos os Ministérios e Secretarias Especiais, cada um com suas peculiaridades".

Apesar da justificativa dada, o fato é que as contratações ora em exame desrespeitam a legislação vigente quanto à determinação prevista no artigo 7º, § 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, que estabelece a obrigatoriedade do orçamento detalhado em planilha, com a composição de todos os custos unitários.

A constatação de ausência de projeto básico parte da definição estabelecida no inciso IX do art. 6º, da Lei de Licitações, que o define como "conjunto de elementos necessários e suficientes, com nível de precisão adequado, para caracterizar a obra ou serviço, ou complexo de obras ou serviços objeto de licitação, elaborado com base nas indicações dos estudos técnicos preliminares, que assegurem a viabilidade técnica e o adequado tratamento do impacto ambiental do empreendimento, e que possibilite a avaliação do custo da obra e a definição dos métodos e do prazo de execução (...)" (grifamos).

Além disso, o argumento apresentado pela Secom, sobre a impossibilidade de planejar para permitir o necessário detalhamento das ações, não merece prosperar. Conforme mencionado no tópico anterior, o Decreto nº 4.799/2003 atribui à Secom a responsabilidade pela elaboração do Plano de Comunicação de Governo (PCG), que estabelece políticas e diretrizes globais de comunicação de governo e consolida a programação das ações prioritárias para a comunicação do governo federal com a sociedade. Por sua vez, os Planos Anuais de Comunicação (PAC), formulados pelas unidades administrativas dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal que gerem atividades de comunicação de governo, estabelecem as políticas e diretrizes de comunicação social de cada integrante do Sicom e as ações prioritárias para a comunicação com seus respectivos públicos.

Com relação aos itens obrigatórios que devem constar dos PACs, a Instrução Normativa Secom nº 127/4/1993 apresenta os que se seguem, entre outros:

- a) definição das ações de comunicação a serem desenvolvidas no exercício;
- b) declaração das metas precisas a serem alcançadas mediante tais ações;
- c) definição justificada do segmento de público a que se destinam;
- d) identificação das épocas oportunas de cada ação;
- e) definição dos meios de comunicação a serem utilizados;
- f) definição dos montantes e das origens orçamentárias dos recursos financeiros que sustentarão as ações programadas.





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**  
Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

Portanto, normativo da própria Secom estabelece a exigência de planejamento com elementos que compõem o projeto básico (.....)".

33. Constatase, pois, que o TCU tem entendimento de que o *briefing*, ao menos quando não contiver os elementos que caracterizam o Plano Anual de Comunicação – PAC da entidade, não substitui o projeto básico exigido pela Lei 8.666/93 nas licitações de serviços.

34. Quanto ao ponto, é preciso sinalar que conferir o nome “projeto básico” a uma parte do edital não é o suficiente. O que se exige mesmo, segundo o ordenamento jurídico pátrio, é que o edital de fato contenha elementos que possam densificar – *de maneira precisa, completa e suficiente* – o objeto da licitação. De sorte que se o instrumento convocatório, embora não possua nenhum documento intitulado “projeto básico”, venha a conter todos os elementos imprescindíveis para delimitar completa e suficientemente o objeto licitado, a conduta da Administração estará a ostentar o signo da regularidade.

35. E isso, registre-se, é necessidade inafastável não somente nas licitações para contratar o serviço de publicidade, mas também em qualquer tipo de licitação. A licitação, em suma, precisa ofertar aos potenciais interessados todos os elementos para que possam apresentar com segurança e regularidade as suas propostas, com vistas, sobretudo, a garantir o princípio da isonomia entre os interessados.

36. Especificamente sobre as licitações para a contratação do serviço de publicidade, o Advogado-Geral da União<sup>7</sup>, em petição dirigida ao Tribunal de Contas da União no âmbito do processo em que foi proferido o Acórdão 2.062/2006 – Plenário, entendeu que o *briefing* pode assumir a função de projeto básico nas licitações para a contratação do serviço de

<sup>7</sup> Autoridade com competência para fixar, no âmbito do Poder Executivo da União, a interpretação das leis e instrumentos normativos federais, na forma do artigo 131 da Constituição Federal e da Lei Complementar nº 73, de 1993.



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

publicidade. Eis, portanto, a divergência de interpretação acima epigrafada.

37. Para o TCU, é necessário o projeto básico. De outra parte, em manifestação muito bem fundamentada, o ministro chefe da Advocacia-Geral da União entendeu que o *briefing* supre a necessidade do projeto básico, entendimento esse que vem sendo seguido pela SECOM/PR.

38. **Tal questão, porém,** a partir da edição da Lei nº 12.232, de 2010, acabou por perder o interesse prático que fomentava a divergência. É que além de o § 2º do artigo 1º desta lei dizer que as disposições da Lei 8.666/93 aplicam-se à contratação do serviço de publicidade de forma complementar, a verdade é que o artigo 6º, *caput*, da Lei 12.232/2010 afastou expressamente a necessidade do projeto básico e/ou executivo nas licitações para a contratação destes serviços.

39. De qualquer forma, fica reafirmado que, seja como projeto básico, seja somente como *briefing* ou outro meio, é sempre necessária uma definição precisa, adequada, completa e suficiente do objeto posto na licitação (artigo 6º, II, da Lei 12.232/2010). Tal é necessário para que todos os potenciais interessados possam apresentar com correção e segurança suas propostas, o que garante isonomia de tratamento a todos os licitantes.

**II.A.8 - Sobre a pesquisa de mercado e o orçamento detalhado em planilhas de custos unitários**

40. As contratações firmadas pela Administração exigem sempre a realização prévia de pesquisa de mercado. É o que permite inferir o artigo 40, § 2º, inciso II, da Lei 8.666/93.

41. Por outro lado, segundo se extrai do § 2º, inciso II, do artigo 7º da mesma lei, as licitações para a contratação tanto de obras quanto de *serviços* somente podem ser viabilizadas quando houver orçamento detalhado em planilhas que expressem a composição de todos os seus custos





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

unitários. Confirma-se a norma legal referida, *verbis*:

“Art. 7º. (....).

§ 2º. As obras e os serviços somente poderão ser licitados quando

(....)

II - existir orçamento detalhado em planilhas que expressem a composição de todos os seus custos unitários;”

42. Além de permitir o conhecimento prévio a todos os licitantes sobre os elementos essenciais do objeto a ser licitado, o que garante observância aos princípios que regem a licitação, um dos fins mais relevantes do detalhamento dos custos unitários na contratação de obras e serviços em geral é evitar distorções, especialmente sobrepreços, nas propostas das licitantes. Sem um dimensionamento detalhado e unitário dos custos de um objeto contratual, certamente a Administração não teria condições para identificar alguma disfunção desta natureza nas propostas, colocando em risco o interesse público diante de possíveis jogos de planilhas e coisas do gênero.

43. Portanto, nos contratos regidos predominantemente pela Lei 8.666/93 apresenta-se necessário não somente uma fundada pesquisa de mercado, mas também o detalhamento dos custos unitários do objeto, de forma a eliminar as investidas de propostas com sobrepreços, fora dos padrões de mercado.

44. Na hipótese, o compulsar dos autos revela que a minuta de edital sob análise não se encontra formatada a partir de pesquisa de mercado, nem de planilha de custos unitários. Encontra-se, pois, *em princípio*, deficitária a instrução dos presentes autos quanto a esses aspectos, que também fazem parte da definição do objeto.

45. Algumas peculiaridades deste tipo de contratação, porém, levam a uma inviabilidade de se confeccionar planilha de custos unitários.

46. **Primeiro**, é bom deixar claro que o Tribunal de Contas da



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

União, por meio do Acórdão 2.062/2006 – Plenário<sup>8</sup>, exige o detalhamento em planilha de custos unitários para esse tipo de contratação.

47. Feito esse registro quanto ao entendimento do TCU, desde logo é preciso reconhecer que, seguindo essa linha exegética, não seria mais possível, em nenhuma hipótese, licitar e contratar os serviços de publicidade no Brasil. O gestor, portanto, deve estar atento para a seguinte decisão: ou licita e contrata o serviço de publicidade ao arrepio da decisão do TCU, o que pode ser um risco, ou não contrata mais, em nenhuma hipótese, o serviço de publicidade. Não há outro desfecho para a situação.

48. Com efeito, o tipo de objeto que se busca contratar não permite, com todo respeito aos entendimentos contrários, o planilhamento e detalhamento de todos os custos unitários, tal qual se apresenta possível nos casos de obras e serviços de engenharia ou outro tipo de serviço comum. Tratando-se de publicidade, pode até haver planilhamento de custos unitários, mas não quanto à totalidade dos custos, como exige o TCU.

49. Se todas as etapas da ação publicitária (criação, produção e veiculação), com exceção da publicidade legal veiculada em órgãos oficiais e do contido no § 2º do artigo 9º do Decreto 6.555/2008<sup>9</sup>, ainda continuam

<sup>8</sup> ACORDAM os Ministros do Tribunal de Contas da União, reunidos em Sessão Plenária, diante das razões expostas pelo Relator, em:

9.1. determinar à Secretaria-Geral da Presidência da República que: 9.1.3. normatize os editais de licitação e os contratos na área de publicidade e propaganda, bem como oriente sua execução, de modo a assegurar que: (.....) 9.1.3.3. o processo seja instruído com orçamento detalhado em planilhas que expressem a composição dos seus custos unitários, conforme previsto nos incisos I e II do § 2º do artigo 7º da Lei 8.666/1993;

<sup>9</sup> Art. 9º As ações de publicidade do Poder Executivo Federal serão executadas por intermédio de agência de propaganda, com exceção da publicidade legal veiculada nos órgãos oficiais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 1º A licitação para contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade obedecerá, além da legislação em vigor, às disposições deste Decreto, às normas e instruções editadas pela Secretaria de Comunicação Social e aos regulamentos específicos de cada órgão ou entidade do Poder Executivo Federal.





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

sendo viabilizadas por meio das agências de publicidade, certamente não há como detalhar e prever todos os custos unitários de uma ação publicitária. Isso fica muito claro até mesmo no Acórdão/TCU 2.062/2006 – Plenário.

50. Como prever, por exemplo, todos os custos unitários de uma licitação cujo contrato tem *na sua essência* a necessidade de subcontratação de serviços cujos preços dependem de condições pessoais de negociação futura, como cachês de artistas, direito autoral etc? Outra situação ainda mais evidente: Como prever (na fase interna da licitação) os custos unitários da produção de uma determinada criação publicitária se essa somente será formatada e aprovada na fase de execução do contrato? Salvo melhor juízo, isso parece impossível.

51. De observar-se, aqui, que, apesar da exigência de planilhamento de todos os custos unitários antes mencionada, o próprio TCU, no mesmo Acórdão 2.062/2006 – Plenário, termina por admitir o afastamento do detalhamento de custos unitários na licitação do serviço de publicidade. Essa assertiva é extraída, com efeito, das seguintes partes do referido acórdão, *verbis*:

“VISTOS, relatados e discutidos estes autos que cuidam do trabalho de consolidação dos principais achados das auditorias realizados pelo Tribunal, no segundo semestre de 2005, em órgãos e entidades da Administração Pública na área de publicidade e propaganda.

ACORDAM os Ministros do Tribunal de Contas da União, reunidos em Sessão Plenária, diante das razões expostas pelo Relator, em:

**9.1. determinar à Secretaria-Geral da Presidência da República que:**

(....)

**9.1.3.6. sejam implantados mecanismos efetivos de controle, no âmbito da Administração Pública Federal, em cumprimento ao que dispõem o artigo 63 da Lei 4.320/1964 e o artigo 55, § 3º, da Lei 8.666/1993, para comprovar a execução dos**

**§ 2º Fica dispensada do uso de agência de propaganda a ação de publicidade cujas características ou outros aspectos relevantes assim o permitirem ou recomendarem, mediante justificativa expressa do integrante do SICOM à autoridade competente do órgão ou entidade a que esteja vinculada, observada a legislação vigente.**

**§ 3º A publicidade legal não enquadrada no caput será distribuída pela Empresa Brasil de Comunicação - EBC, nos termos do art. 8º, inciso VII, da Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, observadas as instruções da Secretaria de Comunicação Social.**



## ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO PROCURADORIA-GERAL FEDERAL

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

---

serviços, inclusive com:

9.1.3.6.1. controle das inserções de veiculações;

9.1.3.6.2. exigência de comprovação da execução de serviços subcontratados;

9.1.3.6.3. verificação da validade das três propostas apresentadas como condição para subcontratação de serviços;

9.1.3.6.4. verificação da adequação dos preços subcontratados em relação aos de mercado;

9.1.3.6.5. cumprimento de cláusulas contratuais relativas aos percentuais devidos à agência e às condições da subcontratação: (....)"

52. Ora, que sentido haveria em se aferir a validade de no mínimo três propostas para a subcontratação de serviços se os custos unitários já estivessem previstos na licitação e no contrato (item 9.1.3.6.3 do Acórdão)? Mais: Que razão haveria para verificar-se a adequação dos preços subcontratados à realidade do mercado se todos os custos unitários já fizessem parte da licitação e do contrato (item 9.1.3.6.4 do Acórdão)?

53. Em uma situação tal, seria necessária apenas a liquidação da despesa, com a entrega da prestação contratada, para na sequencia efetuar-se o pagamento na forma prevista na planilha de custos unitários. Não teria qualquer importância, aqui, os preços cobrados pelos subcontratados. Por exemplo: em um contrato de obra de engenharia, que é instruído com planilha de custos unitários, que interesse teria para a Administração se a empresa contratada para executar a obra compra os materiais pelo preço "x", "y" ou "z"? Ou mesmo quanto ela venha a pagar pelo serviço de instalação de vidros na obra? Nenhum interesse teria, uma vez que os preços já estão contratados e planilhados em sua integralidade.

54. De notar-se, ainda, que, caso a licitação do serviço de publicidade já contasse com o detalhamento de todos os custos unitários, não teria por que remunerar as agências com base em percentuais sobre uma determinada base de preços e/ou despesas realizadas, sistema que é admitido pelo TCU (item 9.1.3.6.5 do Acórdão).

55. Portanto, é preciso reconhecer que o próprio TCU, ainda que





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

por vias transversas, admite que a licitação do serviço de publicidade não seja instruída com o detalhamento de todos os seus custos unitários. Os itens acima transcritos do Acórdão 2.062/2006 – Plenário são uma prova eloquente da tese aqui sustentada, razão pela qual se tem como correta a exegese do Advogado-Geral da União na petição encaminhada ao TCU no âmbito do processo que gerou o Acórdão referido.

56. Ademais, considerando que a publicidade institucional é garantida pela Constituição Federal (artigo 37, § 1º), e tendo em vista que não há como licitar tal serviço a partir do planilhamento unitário de todos os seus custos (ao menos não se tem conhecimento de alguma alternativa nesse sentido), fazer tal condicionamento seria impedir o exercício da competência constitucional. Ou mesmo vedar, de forma absoluta, a possibilidade de o Estado licitar e contratar tal serviço, o que certamente não foi a intenção do TCU no Acórdão 2.062/2006 - Plenário.

57. Evidentemente que se houver uma forma de planilhar unitariamente os custos da licitação, a Administração deverá fazê-lo. Agora, se estiver mesmo diante do impossível, e considerando que ninguém pode ser obrigado cumprir o impossível, tudo indica que a Administração poderá dispensar a planilha de custos unitários. Outrossim, havendo possibilidade de planilhamento unitário dos custos da licitação, ter-se-á também de mudar a forma de remuneração do serviço, pois não teria mais sentido manter o sistema de remuneração com base em honorários ou percentuais sobre uma determinada base de preços/custos. No caso, a remuneração deveria ter por base a quantidade de unidades de serviço executada, na forma prevista na planilha de custos unitários.

58. **Tal questão, porém,** a partir da edição da Lei nº 12.232, de 2010, acabou por perder o interesse prático que fomentava a divergência. É que além de o § 2º do artigo 1º desta lei dizer que as disposições da Lei 8.666/93 aplicam-se à contratação do serviço de publicidade de forma



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

complementar, a verdade é que o artigo 6º, *caput*, da Lei 12.232/2010 afastou expressamente a necessidade de orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários.

59. Quanto à pesquisa de preços de mercado, levando em conta a forma de remuneração da empresa a ser contratada, parece não haver possibilidade de pesquisa de preços nos moldes usuais aplicados aos demais processos licitatórios. Se os preços a serem apresentados com as propostas têm por base um percentual aplicado sobre uma base de preços impessoal e segura já previamente firmada no mercado ou nos custos da empresa<sup>10</sup>, tudo indica não haver possibilidade de pesquisa de preços nos moldes das demais licitações, como as relacionadas a compras, por exemplo.

60. Ademais, o edital estabelece os limites (5%) em que se deve dar a apresentação dos percentuais a serem propostos (item 14.3 da minuta de edital) (fl 62v).

61. Registra-se, ainda, que a utilização das regras editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP para o fim de remunerar as agências de publicidade foi considerada ilegal pelo TCU. No Acórdão 2.062/2006 – Plenário foi inclusive recomendado à Presidência da República que revogasse o Decreto 4.563/2002, que adota as Normas-Padrão do CENP para fins de remuneração das agências de publicidade.

62. Até o presente momento, não se tem notícia de sua revogação. Aliás, posteriormente foi editado o Decreto 6.555/2008, que disciplina as ações de publicidade no âmbito do Poder Executivo Federal, e nada foi decidido pela Presidência da República em relação ao Decreto 4.563/2002, cuja revogação foi recomendada pela Corte de Contas.

<sup>10</sup> Esse sistema já é aplicado nas licitações para contratar os serviços de manutenção com fornecimento de peças, onde essas são licitadas pelo maior desconto sobre o preço de mercado, mais precisamente sobre os preços de tabela de fábrica. **Ademais**, o artigo 6º, inciso V, da recente Lei 12.232/2010 parece garantir a regularidade da conduta da Administração quanto a esse ponto.





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

63. Outrossim, a recente Lei 12.232, de 2010, embora faça referência ao Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, nada disse quanto à adoção das normas desta entidade para fins de remuneração das agências de publicidade, tendo preferido dizer, no inciso V do artigo 6º da lei, que a proposta de preço *conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário.*

**II.A.9 - Sobre a aprovação da minuta de edital pela SECOM/PR**

64. O artigo 6º, inciso VIII, do Decreto 6.555/2008 denota que cabe à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM/PR aprovar os editais relativos à contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade.

65. No caso, os autos evidenciam que a referida Secretaria da Presidência da República ainda não aprovou o edital.

66. Assim, fica a recomendação para que somente se avence rumo à fase externa do certame após a aprovação da minuta pela SECOM/PR, atendendo-se, pois, a norma regulamentar.

**II.B - Mérito da consulta**

**II.B.1 - Sobre a legalidade do objeto a ser licitado**

67. Destaca-se, inicialmente, que o processo foi instaurado visando a seleção de empresa para a prestação de serviços de publicidade institucional para atender a UFGD, 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 publicidade aos veículos e demais meios de veiculação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

ideias, princípios, iniciativas, instituições ou de informar o público em geral.

68. Por outro lado, dada a natureza de tal pretensão, e desde que obedecidos os condicionamentos legais e constitucionais, inclusive o artigo 37, § 1º, da CF/88 e a Lei 12.232/2010, é possível concluir que aparentemente não há qualquer ilicitude intrínseca na contratação proposta.

69. **Alerta-se**, porém, que a *descrição, especificação e condições* do objeto posto na licitação precisam atender sempre ao comando dos artigos 3º, § 1º, e 7º, §§ 4º e 5º, da Lei 8.666/93, *verbis*:

Art. 3º. A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

§ 1º. É vedado aos agentes públicos:

I – admitir, prever, incluir ou tolerar, nos atos de convocação, cláusulas ou condições que comprometam, restrinjam ou frustrem o seu caráter competitivo e estabeleçam preferências ou distinções em razão da naturalidade, da sede ou domicílio dos licitantes ou de qualquer outra circunstância impertinente ou irrelevante para o específico objeto do contrato.

II – estabelecer tratamento diferenciado de natureza comercial, legal, trabalhista, previdenciária ou qualquer outra, entre empresas brasileiras e estrangeiras, inclusive no que se refere a moeda, modalidade e local de pagamentos, mesmo quando envolvidos financiamentos de agências internacionais, ressalvado o disposto no parágrafo seguinte e no art. 3º da Lei no 8.248, de 23 de outubro de 1991:

(...)

Art. 7º (...).

§ 4º É vedada, ainda, a inclusão, no objeto da licitação, de fornecimento de materiais e serviços sem previsão de quantidades ou cujos quantitativos não correspondam às previsões reais do projeto básico ou executivo.

§ 5º. É vedada a realização de licitação cujo objeto inclua bens e serviços sem similaridade ou de marcas, características e especificações exclusivas, salvo nos casos em que for tecnicamente justificável, ou ainda quando o fornecimento de tais materiais e serviços for feito sob o regime de administração contratada, previsto e discriminado no ato convocatório.

70. Em suma, desde que o objeto, especialmente quanto às características técnicas, esteja descrito de forma precisa, adequada e suficiente, a atuação da Administração estará a ostentar o signo da





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

regularidade. Quanto às demais situações, desde que atendidos os condicionamentos contidos nesse parecer, na Constituição, nas leis do país e nos entendimentos do TCU, entende-se pela regularidade.

71. É oportuno pontuar, ademais, que o TCU considerou ilegal a contratação do serviço de publicidade como ação de promoção de posicionamento ou reforço de conceito e/ou identidade de órgão ou entidade integrante do Sistema de Comunicação do Governo Federal (itens 9.1.7, 9.1.9 e 9.6.2 do Acórdão 2.062/2006 – Plenário).

72. De sua vez, o rol de serviços de publicidade suscetíveis de licitação e contratação são apenas os descritos no artigo 2º e §§ da Lei 12.232, de 2010, *verbis*:

“Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade 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 publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1º 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 desta Lei;

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.

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, 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.

## **II.B.2 - Sobre a modalidade e o tipo licitatórios escolhidos**

73. Consoante indicam os autos, a modalidade licitatória



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

escolhida é a concorrência, cujos contornos legais encontram-se nos artigos 22, inciso I, § 1º, e 23, inciso I, alínea “c”, todos da Lei 8.666/93. O tipo licitatório escolhido, por outro lado, é o da melhor técnica (artigo 45, § 1º, inciso II, da Lei 8.666/93).

74. Assim, considerando a natureza do objeto e a estimativa de gastos com a execução do objeto (R\$500.000,00), e tendo em vista o conteúdo do artigo 5º, *caput*, da Lei 12.232/2010, tem-se por corretas as escolhas da Administração quanto à modalidade e o tipo de licitação.

**II.B.3 - Sobre a minuta de edital**

75. A leitura da minuta de edital e de seus anexos permite concluir que as exigências legais, no essencial, foram cumpridas, estando, pois, a atender os comandos dos artigos 40 e 55 da Lei 8.666/93, bem como o contido na Lei 12.232/2010 e respectivos regulamentos (fls 50/97v).

76. Algumas observações, contudo, são necessárias.

77. **Primeira.** O artigo 40, *caput*, da Lei 8.666/93 exige que o preâmbulo da minuta de edital faça referência ao regime de execução do contrato. Para o caso, o mais adequado é o regime de execução empreitada por preço unitário, de maneira que **fica a orientação** pela correção devida, inclusive na minuta de contrato, onde deverá ser encaixado na redação da cláusula segunda, conforme costume do órgão.

78. Outrossim, cumpre sinalar que tal tema, a propósito do que restou decidido no multireferido Acórdão 2.062/2006 – Plenário, constituía até bem pouco tempo atrás um dos pontos nevrálgicos nas licitações e contratações do serviço de publicidade.

79. É que para o Egrégio TCU, o formato de contratação do serviço de publicidade gerenciado pela SECOM/PR tem levado à caracterização do regime de empreitada por administração contratada, o que





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

não é autorizado na Lei 8.666/93. De outra banda, a Advocacia-Geral da União, em manifestação firmada por seu chefe maior (peça juntada nos autos do processo onde foi proferido o Acórdão 2062/2006 – Plenário do TCU), entende que tais contratos tanto podem ser caracterizados como empreitada por preço unitário, quanto podem, em alguma medida, ter pontos de contato com o regime de administração contratada, não denotando, contudo, qualquer ilegalidade na atuação da Administração.

80. Analisando detidamente o regime “concreto” de execução aplicado aos contratos de publicidade gerenciados pela SECOM/PR, como o contido nos presente autos, é de se reconhecer a pertinência e adequação da decisão do Egrégio TCU sobre o tema (Acórdão 2.062/2006 – Plenário).

81. Com efeito, em um contrato cuja parte da remuneração do contratado está baseada em percentuais incidentes sobre *despesas ressarcíveis* que eventualmente venha a produzir na execução do contrato, fica difícil mesmo não identificar pontos fortes do regime de administração contratada. Em verdade, com todo respeito aos entendimentos contrários, isso parece inescusável. E é, seguramente, uma decorrência direta da impossibilidade de se planilhar e detalhar todos os custos unitários do contrato, caso em que poderia levar a algum dos outros regimes tipificados na Lei 8.666/93. Uma situação (inexistência de custos unitários), em maior ou menor medida, leva à outra (regime de administração contratada).

82. De qualquer forma, é de ser ponderado também que, diante da forma de mensuração dos serviços vigente hoje no mercado de publicidade, certamente ainda não se conhece outro modelo de contratação que possa fugir do que aqui se apresenta. É dizer, se caracteriza ou não como regime de administração contratada, certo é que não há outro formato conhecido que se possa aplicar a tais contratos, sobretudo porque essa é a realidade do mercado nesse ramo da economia.

83. A questão que se põe, portanto, é a seguinte: Está vedado de



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

forma absoluta a contratação do serviço de publicidade? Esse é um ponto essencial nessa questão porque exigir-se um outro regime para execução do contrato que não o aplicado pela SECOM/PR – não importando, note-se, o nome que se lhe venha a dar –, parece impedir de forma absoluta a contratação de tal serviço.

84. De notar-se, por outro lado, que apesar da vedação do Egrégio TCU quanto ao regime de execução contratual aplicado aos serviços de publicidade pela SECOM/PR, é preciso reconhecer que o próprio TCU, ainda que por vias transversas, admite que o regime de execução do contrato seja o aplicado pela SECOM/PR nos contratos sob seu gerenciamento. Confira-se, para tanto, os itens seguintes do Acórdão 2.062/2006 – Plenário, *verbis*:

“VISTOS, relatados e discutidos estes autos que cuidam do trabalho de consolidação dos principais achados das auditorias realizados pelo Tribunal, no segundo semestre de 2005, em órgãos e entidades da Administração Pública na área de publicidade e propaganda. ACORDAM os Ministros do Tribunal de Contas da União, reunidos em Sessão Plenária, diante das razões expostas pelo Relator, em:

**9.1. determinar à Secretaria-Geral da Presidência da República que:**

(...)

**9.1.3.6. sejam implantados mecanismos efetivos de controle, no âmbito da Administração Pública Federal, em cumprimento ao que dispõem o artigo 63 da Lei 4.320/1964 e o artigo 55, § 3º, da Lei 8.666/1993, para comprovar a execução dos serviços, inclusive com:**

(.....)

**9.1.3.6.2. exigência de comprovação da execução de serviços subcontratados;**

**9.1.3.6.3. verificação da validade das três propostas apresentadas como condição para subcontratação de serviços;**

**9.1.3.6.4. verificação da adequação dos preços subcontratados em relação aos de mercado;**

**9.1.3.6.5. cumprimento de cláusulas contratuais relativas aos percentuais devidos à agência e às condições da subcontratação;**

**9.1.3.7. as minutas de contratos contenham cláusulas que:**

**9.1.3.7.1. exijam das agências de publicidade contratadas a realização de negociações com veículos de comunicação e com fornecedores, com vistas à obtenção de descontos e bônus em função do volume de recursos despendido, prevendo a obrigatoriedade de participação de representante da Administração Pública nessas negociações; (...).”**

85. O texto acima transcrito é uma prova eloquente da tese aqui





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

sustentada, razão pela qual se tem como correto o entendimento do Advogado-Geral da União vazado na peça acima referida. Se fosse possível mesmo aplicar ao contrato de publicidade o entendimento comum que se tem a respeito do regime de empreitada por preço unitário, certamente não teria sentido determinar à SECOM/PR que adotasse as cautelas contidas nos itens acima no que toca à subcontratação de serviço.

86. É verdade que pode surgir um conflito de interesses na aplicação prática do regime de execução por administração contratada – ou outro qualquer que venha a identificar-se com ele. Entretanto, eventuais abusos precisam ser combatidos com atuação probo, diligente e eficiente dos agentes públicos encarregados de fiscalizar a execução do contrato, bem como punição exemplar de empresários (e quem quer que seja) que venham a lesar o interesse público.

87. Ademais, considerando que a publicidade institucional é garantida pela Constituição Federal (artigo 37, § 1º), e tendo em vista que não há como aplicar outro regime de execução que não o contido nos autos (ao menos não se tem conhecimento de alguma alternativa nesse sentido), fazer tal condicionamento seria impedir o exercício da competência constitucional. Ou mesmo vedar, de forma absoluta, a possibilidade de o Estado licitar e contratar tal serviço, o que certamente não foi a intenção do Egrégio TCU no Acórdão 2.062/2006 – Plenário.

88. Por último, tudo está a indicar que a situação acima relatada acabou por perder, em princípio, o seu efeito prático, porquanto a Lei 12.232/2010, em seus artigos 13 e seguintes, terminou por institucionalizar um procedimento que garante segurança e legalidade às ações da Administração quanto a esses aspectos.

89. **Segunda.** Recomenda-se seja complementada a redação do item 2.1.2 da minuta de edital, de maneira a se referir “legislação aplicável”,



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

e não somente à *legislação*.

90. **Terceira.** Vários itens da minuta de edital encontram-se carentes de complementação quanto à referência à UFGD e a outros pontos onde se exige adequação de redação e informação. É o caso, por exemplo, dos itens 3.1.1.1 (alínea "a"), 3.2.2, 4.1 (alínea "a"), 5.1, 5.1.1, 6.2, 9.1.1.1.1, 13.3, 24.13, entre outros. Recomenda-se, pois, uma releitura da minuta a fim de ajustar esses pontos da redação.

91. **Quarta.** Recomenda-se seja incluído no rol do item 7.2 da minuta de edital (fl 52v) as seguintes alíneas, verbis:

"7.2 (...)

h) que estiver cumprindo pena de impedimento de licitar ou contratar com a União, seus órgãos ou entidades, quando a pena tiver sido imposta com base no artigo 7º da Lei 10.520/2002;

i) que estiver empresa proibida de contratar com o Poder Público em razão de condenação por improbidade administrativa, na forma da Lei 8.429/92."

92. **Quinta.** O item 12.3.2.2 da minuta de edital (fl 61v) precisa de complementação. Note-se, com efeito, que tal item não indica como ficará a pontuação dos licitantes caso a diferença superior a 20% seja mantida pelos membros divergentes da subcomissão técnica. É preciso que se diga, em tal situação, o que prevalecerá. Ou seja, se a média aritmética, conforme item 12.3.2 da minuta de edital (fl 61v), ou outro critério. Há, pois, uma lacuna na minuta, o que é preciso corrigir.

93. **Sexta.** O item 24.13 da minuta de edital está a exigir que a futura contratada mantenha um escritório em Dourados ou em Mato Grosso do Sul (não é possível saber corretamente, já que tal item está faltando ser complementado) a fim de centralizar o comando da publicidade da UFGD. Sobre esse ponto, a orientação é para que seja reavaliada e justificada a exigência. É que ao considerar o mercado de publicidade e a realidade vivenciada em alguns órgãos e entidades públicos, a conta publicitária da UFGD é um tanto reduzida. De maneira que exigir que a agência de





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

publicidade mantenha escritório em Dourados ou em Mato Grosso do Sul, além de ter uma conotação restritiva que precisa ser justificada (artigo 3º, § 1º, inciso I, da Lei 8.666/93), pode inflar as propostas. Recomenda-se, assim, correção ou justificativa do item. Também será necessário alterar e/ou justificar, sendo o caso, o itens 5.1.2 da cláusula quinta da minuta de contrato (fl 84).

94. **Sétima.** A redação do item 12.1 da cláusula décima segunda precisa de correção, posto que R\$3.000,00 não corresponde ao valor de 5% do valor que o contrato assumirá.

95. **Oitava.** Por fim, cabe ressaltar que a minuta de edital utilizada nos autos, segundo consta do despacho de fl 98, firmado pelo senhor Coordenador de Compras da UFGD, Vander Soares Matoso, trata-se de minuta texto básico e ou padrão utilizado e recomendado pela SECOM/PR, pelo que é de se presumir tratar-se de documento já bastante estudado e testado nas várias licitações que o órgão realizada ou gerencia pelo país, envolvendo vários órgãos e entidades.

**II.B.4 - Sobre a assinatura e publicação do edital**

96. Após assinado e rubricado em todas as suas folhas, o edital deverá ser encartado nos autos e publicado na forma do artigo 21 da Lei 8.666/93. Outrossim, tratando-se de licitação do tipo “*melhor técnica*”, o prazo mínimo entre a publicação do aviso e a abertura dos envelopes é de 45 dias (§ 2º, inciso I, alínea “b”, do artigo 21 da Lei 8.666/93).

97. Por último, insta registrar que, após a publicação nos veículos de comunicação exigidos pela lei, é preciso juntar aos autos a devida comprovação da publicação (artigo 38, inciso II, da Lei 8.666/93).

**II.B.5 – Sobre a obrigatoriedade de consulta ao CADIN**

98. O artigo 6º, inciso III, da Lei 10.522, de 2002, tem a seguinte



**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

redação, *verbis*:

"Art. 6º É obrigatória a consulta prévia ao Cadin, pelos órgãos e entidades da Administração Pública Federal, direta e indireta, para:

(....)

III - celebração de convênios, acordos, ajustes ou contratos que envolvam desembolso, a qualquer título, de recursos públicos, e respectivos aditamentos.

99. Pelo que consta da lei, caso a empresa a ser contratada esteja inscrita em tal cadastro, tal não leva ao impedimento de contratação.

100. Entretanto, segundo decidiu recentemente o Egrégio TCU, mesmo assim a consulta continua sendo obrigatória, inclusive com a juntada do respectivo extrato no processo de contratação, tudo para o fim de facilitar a verificação, pela Administração, da correção constante das informações constantes das certidões e declarações apresentadas pela empresa no processo.

101. Nesse sentido, confira-se decisão do TCU publicada no Informativo nº 44 de sua jurisprudência, *verbis*:

**"Obrigatoriedade da consulta ao CADIN antes da formalização do contrato**

Por intermédio do Acórdão n.º 3695/2009-1ª Câmara, o Tribunal expediu a seguinte determinação ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES: "1.5.1.1. promova, quando da formalização dos processos licitatórios e contratos, as pesquisas prévias no Cadin, em respeito ao art. 6º, inciso III, da Lei n.º 10.522/2002, devendo, ainda, serem anexadas as comprovações da pesquisa;". Contra essa decisão o aludido banco interpôs recurso de reconsideração, sob o argumento de que "a consulta ao CADIN, em matéria de licitações e contratos administrativos, dada a inexistência de sanções ou impedimentos relacionais, não possui qualquer efeito prático". **Ao examinar o recurso, o Ministério Público junto ao TCU aduziu que, com a decisão do Supremo Tribunal Federal na ADIn n.º 1.454-4/DF, a discussão encontra-se superada, no sentido de que a obrigatoriedade da consulta não significa proibição de contratar com aqueles que constam do cadastro.** Além disso, "a ausência ou não de consulta ao CADIN não necessariamente levará a contratações de empresas ou entidades que constem daquele cadastro, desde que, no mínimo, tais contratações avaliem previamente a regularidade fiscal dos interessados, nos termos do artigo 27 da Lei nº 8.666/93; do artigo 3º, § 2º, incisos III, alínea a, e V do Decreto nº 6.170/2007 e do artigo 18, inciso VI, da Portaria MP/MF/MCT 127/2008, dentre outros dispositivos. **Nesse contexto, embora a consulta ao CADIN possa parecer inócua é obrigatória por Lei. E mesmo considerando que o simples fato de constar do cadastro não seja, isoladamente, um fator impeditivo para a celebração de contratos ou outros ajustes com a Administração Pública,** a consulta poderá auxiliar na verificação das informações prestadas pelos administrados e pelos demais órgãos da Administração, em especial as constantes em certidões e declarações. [...] com base na





**ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO**  
**PROCURADORIA-GERAL FEDERAL**

Procuradoria Federal junto à Universidade Federal da Grande Dourados

literalidade do dispositivo legal que fundamentou a determinação atacada, diferentemente do entendimento manifestado pela unidade técnica, o MP/TCU entende que deve ser provido parcialmente o recurso apresentado, no sentido de reformar o Acórdão recorrido e excluir da determinação contida no subitem 1.5.1.1 a expressão 'processos licitatórios' [...]. O relator anuiu às considerações do Parquet especializado, no que foi acompanhado pelos demais ministros. Acórdão n.º 7832/2010-1ª Câmara, TC-015.130/2006-0, rel. Min. Valmir Campelo, 23.11.2010."

**III – Conclusão**

102. Com as observações, sugestões, recomendações e orientações acima, e desde que previamente atendidas e superadas, **APROVO** a minuta de edital, na forma do artigo 38, *parágrafo único*, da Lei 8.666/93 c/c artigo 11, inciso VI, da Lei Complementar nº 73/93 e artigos 131 e 133 da Constituição da República.

103. Não foram objeto de análise, até porque desbordam das atribuições dessa Procuradoria Federal, a conveniência e oportunidade da licitação, nem aspectos técnicos inerentes ao respectivo objeto.

104. Outrossim, o edital de licitação deverá ser divulgado integralmente na *internet*, bem como deverá permanecer publicado nesse meio eletrônico por um prazo não inferior a 5 (cinco) anos, na forma exigida pelo artigo 106 da Lei 12.708, de 2012<sup>11</sup>.

105. Com os cumprimentos de estilo, devolvam-se os autos.

Dourados, 07 de outubro de 2014.

*Jezihel Pena Lima*  
**Jezihel Pena Lima**

**Procurador Federal**

*A COMP*  
*Para providências*  
*08/10/2014*  
*Vagner Neves de Oliveira*  
*Pro-Reitor de Administração*  
*(em exercício)*  
*UFGD*

<sup>11</sup> Art. 106. Os editais de licitação para contratações a serem efetuadas com recursos provenientes dos orçamentos da União, inclusive por parte das entidades de que trata o art. 65, deverão ser disponibilizados integralmente na internet, na página do órgão contratante, com antecedência não inferior aos prazos mínimos estabelecidos pelo art. 21, § 2º, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e pelo art. 4º da Lei nº 10.520, de 2002, devendo estar acessíveis por um período não inferior a cinco anos, contados da data de homologação do certame.



## RE: nomes para o sorteio da Comissão Técnica

Graziela Moura de Souza

sex 03/10/2014 16:36

Para: Vander Soares Matoso <VanderMatoso@ufgd.edu.br>;

Vander, desculpe a demora, mas segue a formação dos membros da Comissão Técnica.

### Da UFGD

Bianca Cegati Ozuna - Jornalista  
Stella Adriana Zanchett - Jornalista  
Thales Albano Pimenta de Sousa - Publicitário  
Fábio Jorge Souto de Carvalho - Publicitário  
Gibran da Rocha Bento - Jornalista  
Thaysa Freitas de Figueiredo - Jornalista

### De fora da UFGD

Suelma Pires da Silva - Publicitária *EMBRAPA*  
André Giulliano Mazini - Jornalista *UEMS*

Graziela Moura de Souza - SIAPE - 2720786

Sou Produtora Cultural, no cargo de direção de Assessora de Comunicação Social e Relações Públicas.

### Assessoria de Comunicação Social e Relações Públicas - ACS

Universidade Federal da Grande Dourados - UFGD

Assessora: Graziela Moura

Contato: 67-3410-2723 / 9902-7821 / 8145-8857

[grazielasouza@ufgd.edu.br](mailto:grazielasouza@ufgd.edu.br)

msn: [grazimoura@msn.com](mailto:grazimoura@msn.com)

twitter: @grazijornalista

facebook: Grazi Moura

*E também que todo o homem coma e beba, e goze do bem de todo o seu trabalho; isto é um dom de Deus. Eclesiastes 3:13*

De: Vander Soares Matoso

Enviado: terça-feira, 30 de setembro de 2014 10:45

Para: Graziela Moura de Souza

Assunto: RE: nomes para o sorteio da Comissão Técnica

Bom dia Grazi,





Me passe a formação de cada nome sugerido para compor a comissão técnica para seleção de agência de publicidade.

Vou constituir uma outra comissão específica para condução dessa licitação e queria que você fizesse parte para orientar a comissão técnica nos momentos em que eu não puder em razão do excesso de processo de obras que temos no momento.

Para tanto, preciso que me envie sua matrícula e seu cargo para que possa indicar ao Magnífico.

Att,

---

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Universidade Federal da Grande Dourados  
(67) 3410-2803 [vandermatoso@ufgd.edu.br](mailto:vandermatoso@ufgd.edu.br)

---

**De:** Graziela Moura de Souza  
**Enviado:** quarta-feira, 29 de janeiro de 2014 12:10  
**Para:** Vander Soares Matoso  
**Assunto:** nomes para o sorteio da Comissão Técnica

Caro Vander, seguem abaixo os nomes do pessoal para o sorteio da Comissão Técnica de Avaliação das propostas das agências, referente à licitação da nova agência de publicidade para atender a UFGD.

São os nomes:

**Da UFGD**

Bianca Cegati Ozuna  
Stella Adriana Zanchett  
Thales Albano Pimenta de Sousa  
Fábio Jorge Souto de Carvalho  
Gibran da Rocha Bento  
Thaysa Freitas de Figueiredo

**De fora da UFGD**

Suelma Pires da Silva  
André Giulliano Mazini  
(já conversei com eles e topam participar)

Obs: estarei de férias de 3 a 23 de fevereiro, mas qualquer coisa que precisar só me ligar que eu faço ou venho aqui. Seria importante agilizarmos esse processo, já que a renovação do contrato com a Única se dá agora, dia 23 de março. Gotaria de começar o ano já com a nova agência, por conta do nosso novo valor de contrato. Se isso for muito difícil, vamos renovar por 6 meses no máximo, né?!

Abraços,



Graziela.

**Assessoria de Comunicação Social e Relações Públicas - ACS**

Universidade Federal da Grande Dourados - UFGD

Assessora: Graziela Moura

Contato: 67-3410-2720 / 9902-7821 / 8145-8857

[grazielasouza@ufgd.edu.br](mailto:grazielasouza@ufgd.edu.br)

msn: [grazimoura@msn.com](mailto:grazimoura@msn.com)

twitter: @grazijornalista

facebook: Grazi Moura

*E também que todo o homem coma e beba, e goze do bem de todo o seu trabalho; isto é um dom de Deus. Eclesiastes 3:13*





## Re: Pesquisa de Preços para balizar licitação de publicidade

Gilvan Ferreira Ximenes <gximenes@presidencia.gov.br>

seg 13/10/2014 14:52

Para: Vander Soares Matoso <VanderMatoso@ufgd.edu.br>;

1 anexo

Remuag UFGD.pdf;

Prezado Vander,

Conforme solicitado, encaminho, anexo, quadro contendo percentuais de remuneração praticados atualmente por alguns anunciantes do Poder Executivo federal, com valores aproximados ao do contrato que Vossa Senhoria pretende licitar.

--

*Gilvan Ximenes*

*Assistente do Departamento de Normas*

*Presidência da República - Secretaria de Comunicação Social*

*(61) 3411-4854*

[gximenes@presidencia.gov.br](mailto:gximenes@presidencia.gov.br)

Em 13/10/2014 11:13:56, Vander Soares Matoso escreveu:

Prezado Gilvan,

Com o objetivo de balizar os critérios de julgamento das propostas de preços na licitação para contratação de agência de publicidade, solicito-vos, nos termos previstos pela IN nº 4/2010 e IN SLTI/MP nº 2/2010, o envio de preços praticados atualmente, tendo como parâmetro o valor previsto para o contrato da UFGD de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais) ano.

Atenciosamente,

---

Vander Soares Matoso



PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA  
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
Secretaria de Gestão, Controle e Normas  
Departamento de Normas

**Percentuais de remuneração praticados (pagos) por anunciantes do Poder Executivo federal  
que mantêm contrato com agências de propaganda:**

Anunciante	Assinatura do contrato ou do aditivo	Serviços internos da agência (%)	Serviços Prestados por Fornecedores (%)			Valor atual do contrato
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
UFGD	23/07/2014	20	0	0	nd	312.500,00
IFGOIANO	15/08/2014	38	8,3	3,6	3,6	750.000,00
BVENERGIA	19/03/2014	30	10	5	nd	1.000.000,00
ELETROACRE	28/11/2013	70	10	5	5	1.092.000,00
CGTEE	05/11/2013	25	5	5	5	1.980.000,00
IFSC	26/06/2014	60	9	5	5	2.100.000,00

nd: não disponível

(1 Data referente à assinatura do contrato original ou do último termo aditivo.





(2) Os custos dos trabalhos realizados pela própria agência são ressarcidos com base no preço referencial da tabela dos sindicatos da categoria de cada unidade da federação. Nos contratos acima, os valores pagos resultam da aplicação dos respectivos percentuais aos valores de cada serviço constantes da tabela.

(3) Honorário pago pelo anunciante à agência pela intermediação e supervisão de serviços especializados, prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **não** proporcione à agência, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

(4) Honorário pago pelo anunciante à agência pela intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

(5) Honorário pago pelo anunciante à agência pela intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes 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.

#### **Observações:**

(i) Nenhum anunciante paga honorário à agência pela intermediação e supervisão de serviços especializados, prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição proporcione à agência o desconto de agência (desconto padrão) concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, equivalente a 20% do preço acertado para veiculação.

(ii) A agência repassa ao anunciante  $\frac{1}{4}$  do desconto de agência, independentemente do valor contratual, de acordo com os subitens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11, e respectivos subitens, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), por força do art. 7º do Decreto nº 57.690/1966, com a redação dada pelo Decreto nº 4.563/2002.

**Fonte:** DENOR/SECOM-PR.







MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
Pró-Reitoria de Administração



**Ofício nº. 139/2014-PRAD/UFGRD**

Dourados-MS, 29 de outubro de 2014

Ao Senhor

**Emerson Muzi**

Secretário de Gestão, Controle e Normas

Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República

Esplanada dos Ministérios, Bloco A, 5º andar

70054-906, Brasília/DF

**Assunto:** Contratação de serviços de publicidade

**Anexos:** Edital de Concorrência de Serviços de Publicidade – Nº 05/2014  
Parecer nº 067/2014/PF-UFGRD/PGF/AGU

Ofício nº. 139/2014-PRAD/UFGRD

Senhor Secretário,


Dourados-MS, 29 de outubro de 2014

Ao Senhor

Em atenção ao disposto no artigo 6º da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21 de dezembro de 2010, encaminhamos a V.Exª, para análise e parecer, edital de licitação para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência, anexada a aprovação da procuradoria federal junto a esta Universidade.

Atenciosamente,

**Anexos:** Edital de Concorrência de Serviços de Publicidade – Nº 05/2014  
Parecer nº 067/2014/PF-UFGRD/PGF/AGU

  
Sidnei Azevedo de Souza  
Pró-Reitor de Administração



Em atenção ao disposto no artigo 6º da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21 de dezembro de 2010, encaminhamos a V.Exª para análise e parecer, edital de licitação para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência, anexada a aprovação da procuradoria federal junto a esta Universidade.

Pró-Reitoria de Administração - PRAD

☎ (067) 3410-2715 / 3410-2719 – E-mail: [prad@ufgd.edu.br](mailto:prad@ufgd.edu.br)

Atenciosamente, Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, - Caixa Postal 322, 79825-070 - Dourados - MS





PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA  
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
SECRETARIA DE GESTÃO, CONTROLE E NORMAS

00170.002062/2014-16

Protocolo PRAD nº 107

Recebido em 11/12/14

Walter Carlos Pereira  
Técnico de Lab. em Administração  
Mat. nº 1752387  
PRAD/CGO

OFÍCIO nº 642 /2014/SGCN/SECOM-PR

Brasília, 8 de dezembro de 2014.

A Sua Magnificência o Senhor  
SIDNEI AZEVEDO DE SOUZA  
Pró-Reitor de Administração  
Universidade Federal da Grande Dourados - UFGD  
Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Caixa Postal 322,  
79825-070 Dourados - MS

Assunto: **Licitação de serviços de publicidade**

Magnífico Pró-Reitor,

1. Informamos a Vossa Magnificência que, no tocante aos aspectos técnico-publicitários, consideramos satisfatórias as minutas do Edital e seus Anexos, destinadas a integrar o processo de licitação de serviços de publicidade para a contratação de 1 (uma) agência de propaganda, submetidas por meio do Ofício nº 139/2014-PRAD/UFGD, de 29 de outubro de 2014, complementado por mensagens eletrônicas.
2. Tão logo seja publicado o aviso de licitação no DOU, solicitamos informar a esta SECOM, via [secomnormas@presidencia.gov.br](mailto:secomnormas@presidencia.gov.br), o link onde pode ser acessado, na página dessa instituição, o edital (e respectivos anexos), idêntico ao entregue aos licitantes.
3. Pedimos a gentileza de alertar ao presidente da Comissão Especial de Licitação, designada para a condução e julgamento do certame, quanto ao disposto nos arts. 20 e 21 da Instrução Normativa nº 4/2010.

Atenciosamente,

EMERSON MUZI  
Secretário

Ciente  
A c. cons. para  
jornalismo  
11/12/14  
Beyza  
Prof. Sidney Azevedo de Souza  
Pró-Reitor de Administração  
UFGD



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS



**PORTARIA Nº 020 DE 05 DE JANEIRO DE 2015.**

A VICE-REITORA DA FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS, no exercício do cargo de reitor, usando de suas atribuições legais e tendo em vista o disposto na Lei nº 12.232/2010, RESOLVE:

Art. 1º - Constituir, com a composição abaixo, Comissão Especial de Licitação para conduzir a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, na UFGD.

**Presidente:**

**VANDER SOARES MATOSO** – Matrícula/SIAPE nº 1621532, Coordenador de Compras/PRAD.

**Membros:**

**PAULO ROBERTO BATISTA** – Matrícula/SIAPE nº 2826920, Chefe da Divisão de Licitação/PRAD.

**PAULO MARCELO CANAZZA DA SILVA** – Matrícula/SIAPE nº 1876926, Assistente em Administração/PRAD;

**JOSÉ CARLOS NOGUEIRA** – Matrícula/SIAPE nº 1144942, Chefe da Divisão de Manutenção e Patrimônio/PRAD.

Art. 2º – O presidente da Comissão, nos seus afastamentos e impedimentos legais, será substituído pelo servidor **PAULO ROBERTO BATISTA**.

  
**Prof.ª Marlene Estevão Marchetti**



SIASG,CATSER,CADSERVICO,CONSERVICO ( CONSULTA SERVICO )  
DATA: 29/12/2014 HORA: 16:02:08 USUÁRIO: VANDER

SERVIÇO: 00000089-2 SITUAÇÃO: ATIVO SUSPENSO: NÃO  
PROPAGANDA E PUBLICIDADE

EXCLUSIVO CENTRAL DE COMPRAS: NÃO  
CÓD.CPC: 836 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

ND/SUB-ITEM:	339039/90	339092/39	339039/93	339192/39	339039/92
	339092/85	339139/90	339039/91	339192/85	449139/90

UNIDADE DE MEDIDA:  
UN UNIDADE

PF3=SAI PF12=RETORNA

MEQ





## Licitação

## Dispensa/Inexigibilidade

Ambiente: PRODUÇÃO

## Pedido de Cotação

## Disponibilizar Aviso de Licitação para Publicação-Divulgação

11/12/2014 20:31:01

☒ Este Aviso de Licitação será Publicado no D.O.U. na data de 15/12/2014 e Divulgado no ComprasNet (www.comprasnet.gov.br) nesta mesma data.

## Resumo do Aviso de Licitação

Órgão

26350 - FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FED. DA GRANDE DOURADOS

UASG Responsável

154502 - FUNDAÇÃO UNIV. FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

Modalidade de Licitação

Concorrência

Nº da Licitação

00005/2014

Forma de Realização

Presencial

Característica

Tradicional

Nº do Processo

23005001235201305

Tipo de Licitação

Melhor Técnica

☐ Equalização de ICMS☐ Internacional

Quantidade de Itens

1

Objeto

Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao

Primeira Data da  
Publicação/Divulgação

15/12/2014

Segunda Data da  
PublicaçãoTerceira Data da  
Publicação

Data da Disponibilidade do Edital

A partir de 15/12/2014 às 08:00

Data/Hora da Abertura da  
Licitação

Em 29/01/2015 às 09:00

## Empenho Referente ao Contrato com a Imprensa Nacional

Nº Unidade Gestora

154502

Unidade Gestora

FUNDAÇÃO UNIV. FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

Gestão

26350

Empenho

2014

NE

800001

## Disponibilizar para Publicação/Divulgação

23005001235201305

Melhor Técnica

Aviso de Licitação

Equalização de ICMS

internacional

Quantidade de Itens

1

Objeto

Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao

Primeira Data da  
Publicação/Divulgação

15/12/2014

Segunda Data da  
PublicaçãoTerceira Data da  
Publicação

Data da Disponibilidade do Edital

A partir de 15/12/2014 às 08:00

Data/Hora da Abertura da  
Licitação

Em 29/01/2015 às 09:00

## Empenho Referente ao Contrato com a Imprensa Nacional

Nº Unidade Gestora

154502

Unidade Gestora

FUNDAÇÃO UNIV. FEDERAL DA GRANDE DOURADOS

Gestão

26350

Empenho

2014

NE

800001

Solução SERPRO





cluindo atualização automática de todas as normas revisadas e/ou substituídas e o respectivo suporte técnico necessário Total de R\$ 8.666 de 21/06/1993. Justificativa: Normatização de trabalhos, esclarecimento de dúvidas, realização de ensaios experimentais, etc. Declaração de Inexigibilidade em 11/12/2014. CHARLES PEREIRA BARRETO, Assistente Administrativo. Ratificação em 11/12/2014. SIDNEI AZEVEDO DE SOUZA, Pró-reitor de Administração. Valor Global: R\$ 31.963,67. CNPJ CONTRATADA: 33.042.892/0001-06 ASSOCIACAO BRASILEIRA DE NORMAS TECNICAS ABNT.

(SIDEC - 12/12/2014) 154502-26350-2014NE800001

#### EXTRATO DE TERMO ADITIVO Nº 4/2014 - UASG 154502

Número do Contrato: 93/2010. Nº Processo: 23005001721201072. DISPENSA Nº 1721/2010. Contratante: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DA -GRANDE DOURADOS. CNPJ Contratado: 15413826000150. Contratado: EMPRESA ENERGETICA DE MATO GROSSO DO SUL SA ENERSUL. Objeto: Prorrogação do prazo de vigência contratual por 12 meses, a partir de seu vencimento. Aditivo de 25% ao valor original do contrato. Fundamento Legal: Lei 8.666/93. Vigência: 05/01/2015 a 04/01/2016. Valor Total: R\$36.500,00. Fonte: 112000000 - 2014NE800022. Data de Assinatura: 11/12/2014.

(SICON - 12/12/2014) 154502-26350-2014NE800001

#### AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 5/2014 - UASG 154502

Nº Processo: 23005001235201305. Objeto: Contratação de agência de propaganda para 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 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 o público em geral. Total de Itens Licitados: 00001. Edital: 15/12/2014 de 08h00 às 11h00 e de 13h às 17h00. Endereço: Rua João Rosa Góes, 1761 DOURADOS - MS. Entrega das Propostas: 29/01/2015 às 09h00. Informações Gerais: Srs interessados, por gentileza elaborar proposta de acordo com as condições do edital e seus anexos

VANDER SOARES MATOS  
Coordenador de Compras

(SIDEC - 12/12/2014) 154502-26350-2014NE800001

#### RETIFICAÇÃO

No Extrato de Termo Aditivo Nº 5/2014 publicado no D.O. de 19/11/2014, Seção 3, Pág. 44. Onde se lê: Vigência: 06/08/2014 a 05/08/2015 Leia-se: Vigência: SEM DATA Onde se lê: Assinatura: 06/08/2014 Leia-se: Assinatura: 05/08/2014

(SICON - 12/12/2014) 154502-26350-2014NE800001

#### HOSPITAL UNIVERSITÁRIO

#### EXTRATO DE TERMO ADITIVO Nº 3/2014 - UASG 150248

Número do Contrato: 15/2014. Nº Processo: 23005000780201376. CONCORRÊNCIA SISPP Nº 1/2013. Contratante: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DA -GRANDE DOURADOS. CNPJ Contratado: 15045850000183. Contratado: ENGEVEL CONSTRUÇÃO LTDA - ME. Objeto: Prorrogar o contrato original em 60 dias a partir de 21/11/2014. Fundamento Legal: Lei nº 8666/93. Vigência: 21/11/2014 a 19/01/2015. Data de Assinatura: 20/11/2014.

(SICON - 12/12/2014) 150248-26350-2014NE800026

#### RESULTADOS DE JULGAMENTOS PREGÃO Nº 97/2014

Foram vencedoras do certame as empresas: Biomedica, CNPJ nº 02.704.301/0001-21 para os itens 1, 2, 22 no valor total de R\$ 60.980,00; TY, CNPJ nº 05.291.541/0001-30 para os itens 16, 23, 27, 28, 29, 32 e 33 no valor total de R\$ 149.956,60; Multisul, CNPJ nº 12.811.487/0001-71 para os itens 26, 31, 35 e 36 no valor total de R\$ 4.422,00; CLR, CNPJ nº 18.493.600/0001-02 para o grupo 2 (itens 11 e 12) no valor total de R\$ 201.708,00; Richard, CNPJ nº 18.896.396/0001-62 para o item 24 no valor total de R\$ 2.750,00; Yamashita, CNPJ nº 19.507.554/0001-08 para o grupo 1 (itens 9 e 10), itens 2, 7 e 20 no valor total de R\$ 442.614,50, e os itens 1, 3, 4, 5, 6, 8, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 25, 30 e 34 resultaram em fracassados.

(SIDEC - 12/12/2014) 150248-26350-2014NE800026

#### PREGÃO Nº 98/2014

Foram vencedoras do certame as empresas: Formulas, CNPJ nº 07.316.691/0001-86 para os itens 1, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21 e 23 no valor total de R\$ 24.778, 99; Pharmedice, CNPJ nº 10.461.807/0001-85 para o item 15 no valor total de R\$ 1.626, 30, já os itens 2, 3, 5, 22 e 24 resultaram em fracassados.

(SIDEC - 12/12/2014) 150248-26350-2014NE800026

#### PREGÃO Nº 105/2014

Foi vencedora do certame a empresa Regional, CNPJ nº 10.427.902/0001-62 para os itens 1, 2, 3, e 4 no valor total de R\$ 131.528,00.

LUIZ EDUARDO DE VINICIUS COSTA E SILVA  
Progestor HUU/UFOD

(SIDEC - 12/12/2014) 150248-26350-2014NE800026

#### FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

#### EXTRATO DE CONTRATO Nº 52/2014 - UASG 154041

Nº Processo: 23115004240201403. PREGÃO SRP Nº 25/2014. Contratante: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DO -MARANHÃO. CNPJ Contratado: 32468738000174. Contratado: SCLAN MALHAS LTDA - EPP - Objeto: Contrato de confecção de camiseta para atender as necessidades desta UFMA. Fundamento Legal: Lei 8.666/93. Vigência: 07/07/2014 a 07/07/2015. Valor Total: R\$22.000,00. Fonte: 112000000 - 2014NE800056. Data de Assinatura: 07/07/2014.

(SICON - 12/12/2014) 154041-15258-2014NE800232

#### EXTRATO DE CONTRATO Nº 53/2014 - UASG 154041

Nº Processo: 23115004240201403. PREGÃO SRP Nº 25/2014. Contratante: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DO -MARANHÃO. CNPJ Contratado: 18250413000179. Contratado: UNILIMA UNIFORMES E CONFECÇÕES LTDA - ME. Objeto: Contrato de confecção de roupa para atender as necessidades da UFMA. Fundamento Legal: Lei 8.666/93. Vigência: 07/07/2014 a 07/07/2015. Valor Total: R\$46.890,00. Fonte: 112000000 - 2014NE800655. Data de Assinatura: 07/07/2014.

(SICON - 12/12/2014) 154041-15258-2014NE800232

#### EXTRATO DE CONTRATO Nº 54/2014 - UASG 154041

Nº Processo: 23115004240201403. PREGÃO SRP Nº 25/2014. Contratante: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DO -MARANHÃO. CNPJ Contratado: 14272952000179. Contratado: VERA LUCIA FRANCISCA DOS SANTOS -EPP. Objeto: Contrato de confecção de pasta para atender as necessidades desta UFMA. Fundamento Legal: Lei 8.666/93. Vigência: 07/07/2014 a 07/07/2015. Valor Total: R\$19.460,00. Fonte: 112000000 - 2014NE800667. Data de Assinatura: 07/07/2014.

(SICON - 12/12/2014) 154041-15258-2014NE800232

#### EXTRATO DE TERMO ADITIVO Nº 8/2014 - UASG 154041

Número do Contrato: 38/2012. Nº Processo: 23115003711201296. PREGÃO SISPP Nº 41/2012. Contratante: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DO -MARANHÃO. CNPJ Contratado: 61198164000160. Contratado: PORTO SEGURO COMPANHIA DE SEGUROS-GERAIS. Objeto: Inclusão de dois veículos na apólice de seguros para atender as necessidades desta UFMA. Fundamento Legal: Lei 8.666/93. Vigência: 18/11/2014 a 10/12/2014. Data de Assinatura: 18/11/2014.

(SICON - 12/12/2014) 154041-15258-2014NE800232

#### EXTRATO DE TERMO ADITIVO Nº 2/2014 - UASG 154041

Número do Contrato: 123/2013. Nº Processo: 017003201313. DISPENSA Nº 101/2013. Contratante: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DO -MARANHÃO. CNPJ Contratado: 07060718000112. Contratado: FUNDACAO SOUSANDRADE DE APOIO AO -DESENVOL DA UFMA. Objeto: Alteração de vigência, a alteração do número de cursistas para 2.250, a alteração do cronograma de execução e a alteração do Plano de Aplicação do Plano de Trabalho do contrato de nº UFMA 007.017.030/2013 - Serviços de apoio técnico e estrutural à execução do Projeto do Curso de Aperfeiçoamento Escola da Terra: práticas pedagógicas em classes multisseriais da Educação Escolar do Campo. Fundamento Legal: Lei 8.666/93, Lei 8.958/94. Vigência: 01/12/2014 a 30/07/2015. Data de Assinatura: 19/11/2014.

(SICON - 12/12/2014) 154041-15258-2014NE800233

#### FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

#### EXTRATO DE TERMO ADITIVO

Espécie: Terceiro Termo Aditivo nº. 164/FUFMT/2014 do Contrato nº 054/FUFMT/2012. Partes: Fundação Universidade Federal de Mato Grosso - FUFMT e Fundação de Apoio e Desenvolvimento da UFMT - Fundação Uniselva. Objeto: "Alterar a Clausula Setima - Do Prazo de Vigência, referente ao Projeto de Ensino "Curso de Especialização em Direito Administrativo e Administração Pública" Assinatura 21/11/2014. Vigência: 28/12/2015. Assinam: Maria Lúcia Cavalli Neder, Reitora da FUFMT e pela Fundação Uniselva, Cristiano Maciel /Diretor Geral.

#### RESULTADO DE JULGAMENTO PREGÃO Nº 117/2014

A Fundação Universidade Federal de Mato Grosso - FUFMT - vem publicar o resultado do Pregão Eletrônico SRP nº 117/2014, realizado em 28/11/2014, cuja empresa vencedora foi: 04.250.094/0001-08, pelo valor total de R\$ 118.332,68. Valor global da Ata: R\$ 118.332,68. Mais informações pelo site www.compras-net.gov.br.

BRENO LACERDA ROCHA  
Progestor

(SIDEC - 12/12/2014) 154045-15262-2014NE800248

#### FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DO MATO GROSSO DO SUL

#### EXTRATO DE CONTRATO Nº 197/2014 - UASG 154054

Nº Processo: 23104007759201464. PREGÃO SRP Nº 15/2014. Contratante: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DE -MATO GROSSO DO SUL. CNPJ Contratado: 70357736000105. Contratado: GUILHERME DO NASCIMENTO FONSECA -ME. Objeto: O presente Contrato tem como objeto a contratação de empresa especializada para prestação de serviço de colocação e fornecimento de pisos - lajtota, guia meio fio, mesas e bancos - e material para cercamento - postes, telas, arames, adjudicado no Processo nº. 23104.000243/2014 -99 - Pregão SRP nº 15/2014 - ARP 03/2014, do qual este é integrante, para atender ao Centro de Ciências Humanas e Sociais-CCHS. Fundamento Legal: Lei 8666/1993. Vigência: 12/12/2014 a 11/12/2015. Valor Total: R\$47.976,00. Fonte: 112000000 - 2014NE803612. Data de Assinatura: 12/12/2014.

(SICON - 12/12/2014) 154054-15269-2014NE800318

#### EXTRATO DE CONTRATO Nº 198/2014 - UASG 154054

Nº Processo: 23104007313201430. INEXIGIBILIDADE Nº 113/2014. Contratante: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DE -MATO GROSSO DO SUL. CPF Contratado: 65268326104. Contratado: MARIA FERNANDES ADIMARI -Objeto: O presente Instrumento tem por objeto a contratação de serviços de Pessoa Física - Minis trantes, Palestrantes na área da educação para a execução do projeto "FORMACAO CONTINUADA DE SOCIOEDUCADORES DE MATO GROSSO DO SUL", Meta 04 Etapa 01. Fundamento Legal: Lei 8666/1993. Vigência: 01/12/2014 a 31/12/2014. Valor Total: R\$2.400,00. Fonte: 100000000 - 2014NE803726. Data de Assinatura: 01/12/2014.

(SICON - 12/12/2014) 154054-15269-2014NE800318

#### EXTRATO DE CONTRATO Nº 199/2014 - UASG 154054

Nº Processo: 23104007313201430. INEXIGIBILIDADE Nº 113/2014. Contratante: FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DE -MATO GROSSO DO SUL. CPF Contratado: 02306177945. Contratado: RICARDO PERES DA COSTA -Objeto: O presente Instrumento tem por objeto a contratação de serviços de Pessoa Física - Ministrantes, Palestrantes - na área da educação para a execução do projeto "FORMACAO CONTINUADA DE SOCIOEDUCADORES DE MATO GROSSO DO SUL", Meta 04 Etapa 01. Fundamento Legal: Lei 8666/1993. Vigência: 01/12/2014 a 31/12/2014. Valor Total: R\$1.800,00. Fonte: 100000000 - 2014NE803725. Data de Assinatura: 01/12/2014.

(SICON - 12/12/2014) 154054-15269-2014NE800318

#### PRÓ-REITORIA DE ADMINISTRAÇÃO

#### EXTRATO DE INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 138/2014 - UASG 154054

Nº Processo: 23104006987201417. Objeto: Contratação de empresa para prestação de serviços na manutenção corretiva de equipamento. Total de Itens Licitados: 00001. Fundamento Legal: Art. 25º, Caput da Lei nº 8.666 de 21/06/1993.. Justificativa: Solicitação do INQU/UFMS. Declaração de Inexigibilidade em 12/12/2014. DARIO CESAR BRUM ARGUELLO. Coord. Gestão Material. Ratificação em 12/12/2014. CLAUDINARDO FRAGOSO DA SILVA, Pró-reitor Admin., Valor Global: R\$ 22.523,51. CNPJ CONTRATADA: 67.774.679/0001-47 NOVA ANALITICA IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA.

(SIDEC - 12/12/2014) 154054-15269-2014NE800001







procuradores terça, o procurador Deltan para os profissionais da área, o atuação no caso Banestado no início da década de 2000, no

buna do Plenário, que não Câmara)

adora e candidata à Presidência pública neste ano Marina Silva Mulher do Ano" pelo jornal nancial Times". Publicada pela nal de semana do "FT", a lista ijetória de vida de Marina - "da o analfabetismo, ela ascendeu se uma política idealista e vi-ssalta o texto.

adora concedeu entrevista ao semana após o primeiro turno presidencial, em outubro. "Eu o que eu era analfabeta até os as eu já era doutora nas manei-jo", comentou Marina, sobre a Acre. agem também faz um paralelo candidata e seus adversários

deste ano. "Enquanto os raivais vendem políticas populistas, ela oferece uma visão mais holística do futuro - o Brasil como uma sociedade que é bem sucedida economicamente, mas também respeitada no mundo por sua humanidade e pelas consciências social e ambiental", afirma o texto.

O texto compara, em um trecho, as trajetórias de vida de Marina e do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, afirmando que o PT temia perder espaço no Norte e no Nordeste por causa da história de pobreza e ascensão da ex-senadora.

Em 2013, a estudante paquistanesa Malala Yousafzai, que sofreu uma tentativa de assassinato porque queria estudar, foi a eleita pelo jornal. (FOLHAPRESS)

FOLHAPRESS



**MESMO TENDO** perdido eleição para a presidência, Marina ainda colhe frutos de sua conduta, sendo apontada como uma das políticas mais influentes do Brasil

## issões decidem amanhã emendas ao Orçamento 2015

do o cronograma da Proposta de Leiária Anual para o ano, as comissõeses do Senado terão r nesta semana as que serão apresen-ramento da União. O texto aguarda a a CMO (Comissão

Mista de Planos, Orçamen- tos Públicos e Fiscalização). As reuniões estão marcadas para amanhã em diferentes horários

O conteúdo das emendas é restrito às competências regimentais da respectiva comissão. Após aprovação, as emendas das comissões

permanentes deverão ser apresentadas à CMO.

O relator-geral do projeto do orçamento o senador Romero Jucá (PMDB-RR) admitiu como "viável politicamente" a autoconvocação do Congresso Nacional para votar a proposta no período de 23 de dezembro a 31 de janei-

ro, com o encerramento da sessão legislativa no próximo dia 22.

A sugestão de autoconvocação deverá ser feita aos presidentes do Senado, Renan Calheiros, e da Câmara dos Deputados, Henrique Eduardo Alves, pela CMO. (Agência Senado)

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS HOSPITAL UNIVERSITÁRIO

Ministério da Educação

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

### AVISO DE LICITAÇÃO

#### Pregão Eletrônico (SRP) nº 113/2014

Objeto: Apresentação, do tipo menor preço por item, tem por objeto a seleção de empresa para o fim de registro de preços, visando a aquisição de cardioversores com caminho de emergência. Total de itens: 01. Edital Disponível a partir: 12/12/2014 de 09h00 às 12h00 e de 14h00 às 17h00. Endereço: Rua Ivo Alves da Rocha, 558 em Dourados-MS. Entrega das Propostas: a partir de 12/12/2014 às 09h00 no site [www.comprasgovernamentais.gov.br](http://www.comprasgovernamentais.gov.br). Processo 23005.002546/2014-84. Abertura das Propostas: 30/12/2014 às 14h (Horário de Brasília) no site [www.comprasgovernamentais.gov.br](http://www.comprasgovernamentais.gov.br).

Luiz Eduardo de Vinícius Costa e Silva  
Pregoeiro HU/UFGD

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS PRÓ-REITORIA DE ADMINISTRAÇÃO COORDENADORIA DE COMPRAS

Ministério da Educação

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

### AVISO DE LICITAÇÃO

#### Concorrência nº 05/2014 Agência de Propaganda

Objeto: Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceitualização, 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. Edital: a partir de 15/12/2014 de 08h às 11h e de 13h às 17h. ENDEREÇO: Coordenadoria de Compras/UFGD Rod. Dourados/Itahum, KM 12, Unidade II da UFGD, em Dourados-MS, [www.ufgd.edu.br](http://www.ufgd.edu.br). Entrega e abertura dos envelopes de habilitação e proposta: 29/01/2015 às 09h00 (horário Brasília), no endereço: Auditório do Prédio da Reitoria, Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados-MS disposto no edital.

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras - UFGD







**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**EDITAL DE CONCORRÊNCIA DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**  
**CONCORRÊNCIA 05/2014**

**1. DISPOSIÇÕES INICIAIS**

1.1 A Fundação Universidade Federal da Grande Dourados, doravante denominada UFGD, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, instituída pela Portaria nº 528, de 13 de junho de 2014, torna público aos interessados que realizará concorrência, do **tipo melhor técnica**, para contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29.04.10, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93.

1.2.1 Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto nº 6.555, de 08.09.08, o Decreto nº 57.690, de 01.02.66, o Decreto nº 4.563, de 31.12.02, o Decreto nº 3.722, de 09.01.01, a Instrução Normativa SLTI/MP nº 02, de 11.10.10, a Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21.12.10, e as disposições deste Edital.

**2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS**

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

☛ dia: 29 de janeiro de 2015

☛ hora: 09:00 hs

☛ local: Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (auditório da Unidade I)

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

2.1.2 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 19, e na legislação aplicável.

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

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





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

### **3. OBJETO**

3.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de agência de propaganda para 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 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 o público em geral.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

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

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

3.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da UFGD, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.1.2 Os serviços previstos no subitem 3.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

3.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação, e o patrocínio



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

3.2 Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante, proponente ou contratada.

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

3.2.2 A agência atuará por ordem e conta da UFGD, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

3.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

#### **4. RETIRADA DO EDITAL**

4.1 Será gratuita a retirada deste Edital por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

a) [www.ufgd.edu.br](http://www.ufgd.edu.br)

b) [www.comprasnet.gov.br](http://www.comprasnet.gov.br)

#### **5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL**

5.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

➤ por carta ou ofício: protocolizado no protocolo central da UFGD, Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (Unidade I), de segunda a sexta-feira, das 07:00 às 11:00 h ou das 13:00 às 17:00 h;

➤ pelo e-mail [compras@ufgd.edu.br](mailto:compras@ufgd.edu.br)





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

5.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

5.1.2 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, <http://www.ufgd.edu.br> sem identificar a licitante consulente e seu representante.

5.1.2.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

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

5.1.4 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 2.1 deste Edital.

## **6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

6.1 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação:

I - o cidadão que não se manifestar até 5 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços;

II - a licitante que não se manifestar até 2 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

6.1.1 Considera-se licitante para efeito do inciso II do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

6.2 O pedido de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado no protocolo central da UFGD, Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (Unidade I), de segunda a sexta-feira, das 07:00 às 11:00 h ou das 13:00 às 17:00 h.

6.3 A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail [compras@ufgd.edu.br](mailto:compras@ufgd.edu.br), nos respectivos prazos. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, até 5 (cinco) dias contados do encaminhamento do e-mail.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

6.4 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item 6 será recebida como mera informação.

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

6.6 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

## **7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

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

7.2 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 a UFGD;

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;

c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) cujo Invólucro nº 1:

e1) apresente em sua parte externa a identificação da licitante ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

e2) esteja danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

f) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados pertençam aos quadros da UFGD;

g) que estiver reunida em consórcio;





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

h) que estiver proibida de contratar com o Poder Público em razão de condenação por improbidade administrativa, na forma da Lei 8.429/92;

7.3 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

7.4 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

7.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que a UFGD não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

## **8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

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

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

8.1.2 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

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





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

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

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 2.1 deste Edital.

## **9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

9.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

<b>Invólucro nº 1</b>
-----------------------

9.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

9.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela UFGD.

9.1.1.1.1 O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no protocolo central da , Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (Unidade I), de segunda a sexta-feira, das 07:00 às 11:00 h ou das 13:00 às 17:00 h.

9.1.1.1.2 O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

9.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.1.1.3 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

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

**Invólucro nº 2**

9.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4.

9.1.2.1 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 05/2014**

9.1.2.2 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.

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

**Invólucro nº 3**

9.1.3 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 11.5 a 11.10.

9.1.3.1 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**



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



**Nome empresarial e CNPJ da licitante**  
**Concorrência nº 05/2014**

9.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

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

10.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

**Invólucro nº 4**

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

**Invólucro nº 4**  
**Proposta de Preços**  
**Nome empresarial e CNPJ da licitante**  
**Concorrência nº 05/2014**

10.1.2 O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.1.3 O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

## **11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

<b>Quesitos</b>	<b>Subquesitos</b>
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

<b>Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada</b>
---

11.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- ☐ em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- ☐ capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- ☐ conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2;
- ☐ espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;
- ☐ títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- ☐ espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- ☐ alinhamento justificado do texto;
- ☐ texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor preta, tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3;
- ☐ numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- ☐ sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.5.

11.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', cor preta, tamanho '10 pontos';

c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

11.2.3 Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I - ser editados em cores;

II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

11.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.

11.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 9.1.1.3 e 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

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

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a **10 (dez) páginas**, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

alínea 'c' do subitem 9.1.1.3, no subitem 11.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

11.2.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

11.2.9 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.2.9.1 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

11.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da UFGD para enfrentar os desafios de comunicação e sua compreensão sobre o objeto da licitação;

11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

11.3.3 Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



11.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções técnicas que se pode esperar de cada peça e ou material.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 11.3.3 e na alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3:

a) estão limitados a **10 (dez)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1 roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet;

b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

11.3.3.3.1 Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.2 Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.3.3 Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.4 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo para sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

11.3.3.3.5 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3.

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, 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) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'g' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

11.3.4.1 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2 Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- 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 ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

11.3.4.3 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve 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;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

11.3.4.3.1 Caso o Edital 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 11.3.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - 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.

<b>Capacidade de Atendimento</b>
----------------------------------

11.5 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.5.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

11.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da UFGD, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

**Repertório**

11.7 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.7.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.7.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

11.8 O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1 A licitante deverá apresentar **08 (oito)** peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de **01 de julho de 2011**.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

11.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

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

11.8.1.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

11.8.2 Para cada peça e ou material, 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 e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

11.8.3 As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela UFGD.

<b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>
--

11.9 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.9.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar **02 (dois) cases** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

- I - será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II - deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo UFGD;
- IV - deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

11.10.1 A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.2 As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de **01 de julho de 2011**

11.10.3 É permitida a inclusão de até **05 (cinco) peças** e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

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

11.10.4 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

## **12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

12.1 A Subcomissão Técnica prevista no subitem 18.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

**12.2.1 Plano de Comunicação Publicitária**

**12.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:**

- a) das funções e do papel da UFGD nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da UFGD com seus públicos;
- c) das características da UFGD e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) das necessidades de comunicação da UFGD para enfrentar esse(s) desafio(s) e ou problema(s).

**12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da UFGD;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da UFGD com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação da UFGD;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a UFGD, o mercado no qual se insere, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

**12.2.1.3 Ideia Criativa**



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

- a) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- b) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- c) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da UFGD e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- h) a exequibilidade das peças e ou do material;
- i) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

**12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia**

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da UFGD;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

**12.2.2 Capacidade de Atendimento**

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da UFGD;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a UFGD e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da UFGD, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

#### 12.2.3 Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

#### 12.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

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

Quesitos/ Subquesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		65
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	25	



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

Ideia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
Capacidade de Atendimento		15
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL</b>		<b>100</b>

12.3.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

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

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

12.3.3 A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

12.3.4 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.4.

12.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, **70 (setenta)** pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4.

12.5 Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4.

12.6 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 19.3 ou em ato público marcado pela Comissão





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

### **13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

13.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

I - apresentada:

a) em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente e redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, sem emendas ou rasuras;

b) 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.

II - elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III.

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

13.3 Os percentuais a que se referem os incisos I e II do subitem 2.1 do Modelo de Proposta de Preços (Anexo III) não poderão ser superiores a 70% (setenta por cento).

### **14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

14.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

14.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

a) desconto inferior a **50% (cinquenta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

b) percentual de honorários superior a **5 % (cinco por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários superior a **5 % (cinco por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) percentual de honorários superior a **8 % (oito por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.3.1 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.

14.4 A pontuação da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

14.4.1 A Comissão Permanente de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

<b>Desconto/Honorários</b>	<b>Pontos (P)</b>
Percentual de <b>desconto</b> sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 14.3	$P1 = 1,0 \times \text{Desconto}$
Percentual de <b>honorários</b> incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 14.3	$P2 = 3 \times (5,0 - \text{Honorários})$
Percentual de <b>honorários</b> incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 14.3	$P3 = 3 \times (5,0 - \text{Honorários})$
Percentual de <b>honorários</b> incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 14.3	$P4 = 6 \times (8,0 - \text{Honorários})$





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**Observação:** para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos **desconto** e **honorários** serão substituídos nas fórmulas da coluna **Notas** pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".

14.4.2 A pontuação de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.4.2, como segue:  $P = P1 + P2 + P3 + P4$ .

14.4.3 A Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço.

14.4.3.1 Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores;

c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

d) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

## **15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

15.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica.

15.2 Será vencedora do julgamento final das Propostas – observado o disposto nos subitens 12.5 e 12.6 deste Edital – a licitante que tenha sido mais bem-classificada no julgamento da Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço, de acordo com o subitem 14.4.3 e 14.4.3.1 deste Edital.

15.3 Se a licitante mais bem-classificada na Proposta Técnica não tiver apresentado a Proposta de menor preço e não concordar em praticá-lo, a Comissão Permanente de



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

Licitação efetuará com as demais licitantes a negociação prevista no art. 46, § 1º, II, da Lei nº 8.666/1993, nos termos da Proposta de menor preço, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas.

15.3.1 A licitante que não concordar em praticar os preços da Proposta de menor preço perderá o direito de contratar os serviços com a UFGD, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

**16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

16.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação 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, observado o disposto na Instrução Normativa nº 4/2010, art. 17, parágrafo único.

16.1.1 A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 17.1.1.

16.1.2 Os Documentos deverão estar 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 05/2014**

16.1.3 O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

I - em original; ou

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

III - em cópia autenticada por cartório competente; ou





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

16.1.4.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

16.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 16.2.1 a 16.4 ou nos subitens 16.5 a 16.5.3..

**16.2.1 Habilitação Jurídica**

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) decreto de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

**16.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista**

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

d) certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

f) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

g) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

16.2.2.1 Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

16.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

16.2.2.3 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

**16.2.3 Qualificação Técnica:**

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 deste Edital;

b) cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

**16.2.4 Qualificação Econômico-financeira**





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

a) Certidão Negativa de falência, concordata e recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade;

a1) 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;

a2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído;

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial ou em Jornal de grande circulação ou fotocópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III - sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão de Registro do Comércio.

16.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade e a indicação do nome deste e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente, devidamente registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

16.2.4.2 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 16.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

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

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

b) do balanço referido no subitem 16.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

16.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente.

16.2.4.4 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 16.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 5 comprovante de que possui **patrimônio líquido mínimo de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais)**.

16.2.5 A licitante também deverá incluir no Invólucro nº 5 declarações elaboradas conforme os modelos a seguir:





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

**DECLARAÇÃO**

Referente Concorrência.....

....., inscrita no CNPJ sob o nº ....., por intermédio de seu representante legal ....., portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.6.1993, 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 texto a seguir)

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

Local e data

[exigível para órgãos e entidades integrantes  
do Sistema de Serviços Gerais-SISG]

b) Declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

**Declaração de Elaboração Independente de Proposta**

Concorrência .....

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante ou do consórcio) doravante denominada (licitante/consórcio), para fins do disposto no item (completar) do Edital da Concorrência nº ....., declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente (pela licitante/consórcio), 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/a (órgão/entidade responsável pela licitação) 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.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

Local e data

(representante legal da licitante/no âmbito da licitação, com identificação completa)

16.3 Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

16.4 O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 34 da Lei nº 8.666/1993, expedido por órgão da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 16.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar à UFGD a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

16.5 A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, apenas deverá apresentar:

a) declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 deste Edital;

b) cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

c) comprovação de que **possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais)**, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem 17.2 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);

d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);

e) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.5.

16.5.1 Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 16.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 16.2.4 ou, se for o caso, o subitem 16.2.4.1.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

16.5.3 É recomendável que a licitante que tenha solicitado seu cadastramento no terceiro dia útil anterior à data de recebimento dos Documentos de Habilitação compareça à sessão de entrega dos documentos com o formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, para eventual comprovação na hipótese de seu não processamento em tempo hábil no SICAF.

16.6 As empresas interessadas poderão procurar qualquer Unidade Cadastradora do SICAF, para efetuar seu cadastramento, até o **terceiro dia útil anterior** à data prevista para recebimento das propostas.

16.6.1 As questões relativas à regularidade de situação da licitante deverão ser dirimidas pela própria licitante junto à respectiva Unidade Cadastradora.

16.6.2 Os documentos necessários, locais de cadastramento, procedimentos e instruções de preenchimento dos formulários para efetuar o registro no SICAF estão previstos no respectivo Manual, disponível na internet, no endereço [www.comprasnet.gov.br](http://www.comprasnet.gov.br).

16.6.3 É recomendável que o pedido de cadastramento seja realizado com antecedência superior ao prazo mencionado no subitem 16.6, de modo a permitir que sejam feitos, antes da data da respectiva sessão pública, os ajustes eventualmente necessários.

## **17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

17.1 A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 16 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 17.1.1.

17.1.1 Se nenhuma licitante restar habilitada, a UFGD reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

17.2 A situação das licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 16.5 deste Edital será verificada por meio de consulta *on-line* ao:

I - SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02/2010;





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

II - site do Tribunal Superior do Trabalho, para verificação da regularidade trabalhista.

**18. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

18.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

18.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por **3 (três)** membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

18.2.1 **1 (um)** dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a UFGD.

18.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, **9 (nove)** integrantes, pelo menos **3 (três)** deles sem nenhum vínculo contratual, direto ou indireto, com a UFGD, todos previamente cadastrados por esta.

18.3.1 A relação dos nomes referidos no subitem 18.3 deste Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitação 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.

18.3.2 O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a UFGD, nos termos dos subitens 18.2.1 e 18.3.

18.3.3 A relação prevista no subitem 18.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a UFGD.

18.3.4 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 18.3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

18.3.5 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.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

18.3.6 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 18.

18.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 18.3.

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

18.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 18.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

## **19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

19.1 Serão realizadas 4 (quatro) 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 Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

19.1.1 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.

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

19.1.3 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da UFGD, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

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

19.1.5 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

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



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



19.1.7 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

### **Primeira Sessão**

19.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;

b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

19.2.1 O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se não:

a) estiver identificado;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

19.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 19.2.1, a Comissão Permanente de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

19.2.2 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 Permanente de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

19.2.2.1 A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 19.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.2.2 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.3 A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 19.2.2 acima.

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

19.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 19.2.6 e seguintes.

19.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22.

19.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento das Propostas referentes aos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas;

d) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas.

19.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 12.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.6.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

19.2.7 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 19.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

### **Segunda Sessão**

19.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

f) executar o sorteio previsto no subitem 12.6, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.

19.3.1 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, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

### **Terceira Sessão**

19.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas 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 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) efetuar com a licitante mais bem-classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, nos termos da Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação;

h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços – observado o disposto nos subitens 12.5 e 12.6 deste Edital – a licitante que:

h1) tenha sido mais bem-classificada na Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço; ou

h2) tenha sido mais bem-classificada na Proposta Técnica e concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

19.4.1 Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas alíneas 'f' e 'g' do subitem 19.4 apenas os preços sujeitos a valoração, integrantes do subitem 1.1 das Propostas de Preços das licitantes classificadas, cujo modelo constitui o Anexo III. Portanto, os percentuais de que tratam os subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 da minuta de contrato (Anexo IV) corresponderão aos percentuais estabelecidos pela própria licitante vencedora em sua Proposta de Preços, na declaração referente aos incisos I e II, respectivamente, do subitem 2.1 do Anexo III.

#### **Quarta Sessão**

19.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

e) informar:

e1) o resultado da habilitação;

e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;

e3) que será publicado na forma do item 21 deste Edital o nome da licitante vencedora 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.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

19.5.1 Será impressa a Declaração referente à situação de cada licitante que optou por comprovar sua habilitação parcial via SICAF, conforme previsto nos subitens 16.5 e 17.2 deste Edital, a qual será assinada pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.5.1.1 Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada quando da consulta ao SICAF e comprovar, exclusivamente mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, ter entregado a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão Permanente de Licitação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato à Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, gestor do SICAF.

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

## **20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

20.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Pró-reitor de Administração homologará o resultado desta concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 29.10 deste Edital.

20.2 Imediatamente após a homologação do resultado desta concorrência, o presidente da Comissão Permanente de Licitação elaborará e encaminhará à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República o relatório de que tratam os arts. 20 e 21 da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21.12.10.

## **21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

21.1 A juízo da Comissão Permanente de Licitação, 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 abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial da União;





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

22.1 Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Pró-reitor de Administração, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, no seguinte endereço: Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (auditório da Unidade I)

22.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

22.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao Pró-reitor de Administração, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

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

22.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Permanente de Licitação.

22.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação – motivadamente e se houver interesse para a UFGD – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

## **23. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

23.1 As despesas com o contrato resultante desta concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em **R\$500.000,00 (quinhentos mil reais)**.

23.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2014 está consignado no Orçamento Fiscal da União, na seguinte funcional programática: 62228, fonte de recursos 0112, PI F20RKG0501N.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

23.3 Se a UFGD optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, serão consignadas nos próximos exercícios, no Orçamento Fiscal da União, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

23.4 A UFGD se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

## **24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

24.1 A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV, e o prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista na Cláusula Décima Segunda da minuta de contrato.

24.1.1 Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no subitem 24.1, para assinar o contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, a UFGD poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

24.2 Antes da celebração do contrato, a UFGD efetuará consulta ao Cadastro Informativo de créditos não quitados do setor público federal (Cadin), conforme disposto no art. 6º, inciso III, da Lei nº 10.522/2002.

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

24.4 A UFGD poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da minuta de contrato (Anexo IV).

24.5 No interesse da UFGD, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/1993.

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





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

24.8 A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos à UFGD sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

24.9 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome da UFGD, se houver expressa autorização desta.

24.10 É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente concorrência para qualquer operação financeira.

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

24.12 A UFGD avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada, nos termos do subitem 7.10 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

24.13 A contratada centralizará o comando da publicidade da UFGD em Dourados - MS, onde, para esse fim, terá que atender todas as solicitações da UFGD, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da minuta de contrato (Anexo IV).

24.14 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

## **25. GARANTIA**

25.1 As disposições pertinentes à garantia estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da minuta de contrato (Anexo IV).

## **26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO**

26.1 A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 19.4, alíneas 'f' e 'g', deste Edital.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

## **27. FISCALIZAÇÃO**

27.1 A UFGD nomeará um **Gestor** titular e um substituto para executar a fiscalização do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

## **28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

28.1 Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de até 10 % (dez por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 23.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.

28.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 24.1.1.

28.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela UFGD, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (Anexo IV).

## **29. DISPOSIÇÕES FINAIS**

29.1 É facultada à Comissão Permanente de Licitação, 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.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

29.1.1 A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

29.2 A Comissão Permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

29.2.1 A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

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

29.3.1 Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a UFGD poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

29.4 Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não restar prorrogado, por conveniência da Administração, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a UFGD poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

29.5 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à UFGD.

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

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





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

29.8 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

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

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

29.10.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

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

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

29.13 Correrão por conta da UFGD as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

29.14 As questões decorrentes da execução deste instrumento, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas na Justiça Federal, no Foro da cidade de Dourados, Seção Judiciária do Mato Grosso do Sul, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

29.15 Integram este Edital os seguintes anexos:

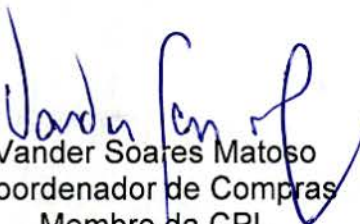




**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

Dourados - MS, 02 de dezembro de 2014

  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Membro da CPL  
Mat. 1621532



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



**ANEXO I**

**BRIEFING**

**CONTEXTUALIZAÇÃO: VESTIBULAR 2015**

A Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD) foi criada em 29 de julho de 2005, a partir da emancipação do campus de Dourados da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Desde então, em um processo incessante de transformação e aperfeiçoamento, a Universidade se inseriu nas políticas públicas do governo federal de expansão do ensino superior público, com o programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais – REUNI.

Nesse período de oito anos, a UFGD implantou novos cursos de graduação, ampliando significativamente o número de vagas. De 12, a Universidade saltou para 32 cursos de graduação presenciais em diversas áreas do conhecimento e atualmente conta com cursos de especialização (*Lato Sensu*), 18 mestrados e oito doutorados e cinco residências, sendo quatro médicas, nas áreas de Ginecologia e Obstetrícia; Clínica Médica; Pediatria e Cirurgia Geral, e uma multiprofissional em Saúde, nas áreas de psicologia; enfermagem e nutrição.

Por seis anos consecutivos, a UFGD foi avaliada como a melhor Instituição de Ensino Superior de Mato Grosso do Sul, segundo o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP do Ministério da Educação, que analisa indicadores de qualidade em cursos do ensino superior em todo o Brasil.

A instituição nasceu com evidentes compromissos sociais. Tais laços são consolidados a cada ação de inclusão e interação social e cultural com a sociedade, nos diferentes cursos e programas voltados para a comunidade acadêmica. São inúmeros os projetos e ações de extensão e cultura com as populações e movimentos sociais das periferias urbanas, das aldeias indígenas, dos quilombolas, dos assentamentos rurais, dos grupos organizados das redes de economia solidária e etc. Estas atividades promovem a articulação de saberes acadêmicos e saberes populares, qualificando e humanizando a vida social e acadêmica ao mesmo tempo.

Nesse sentido, a UFGD implantou um sistema de cotas sociais para o ingresso em seus cursos de graduação. Do total de vagas abertas para o concurso de vestibular, 50% são destinadas aos alunos oriundos das escolas públicas, o que permite uma maior interação com a educação básica da rede pública, amplia as expectativas positivas de jovens e seus familiares, qualifica a educação e promove a inclusão social.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

A Universidade também criou cursos especiais para atender a realidade sociocultural da região da Grande Dourados. De modo especial, vale destacar o curso de Licenciatura Intercultural Teko Arandu, voltado para os professores indígenas das etnias Guarani Kaiowá, o curso de Licenciatura Letras/Libras (Língua Brasileira de Sinais), para a formação de professores com atuação junto à comunidade surda, e o curso de Ciências Naturais com habilitação em Educação no Campo, para a qualificação e capacitação especialmente de assentados rurais de Mato Grosso do Sul.

A UFGD também atua dentro da Educação a Distância no oferecimento de cinco cursos de graduação: Administração Pública, Licenciatura em Computação, em Pedagogia, em Física e em Letras/Libras, neste caso estendendo sua atuação para as cidades de Água Clara, Bataguassu, Bela Vista, Camapuã, Costa Rica, Miranda, Porto Murtinho, Rio Brilhante e São Gabriel do Oeste; e na pós-graduação, no oferecimento das especializações em Gestão Pública Municipal; Gestão Pública; Gestão em Saúde e em Matemática, além do Mestrado em Matemática - PROFMAT, especialmente para professores da rede pública.

A Instituição compreende que faz parte de sua missão institucional a inclusão e a promoção da cultura. Além dos cursos de formação, voltados para a comunidade acadêmica e externa, como as oficinas culturais, as oficinas do projeto Casa Brasil, e ações junto à terceira idade, realiza importantes eventos como o Festival Internacional de Teatro e a Mostra de Audiovisual de Dourados, de promoção da produção cinematográfica de Dourados e região.

A Instituição também se prepara de modo vigoroso para a excelência na pesquisa acadêmica. Em nove anos de existência, quase uma centena de grupos de pesquisas foram organizados e cadastrados junto aos órgãos de fomento do país. São centenas de docentes, 80% de doutores, técnicos e alunos que promovem o desenvolvimento da pesquisa e da inovação tecnológica com o reconhecimento de diferentes atores sociais. Além de redes interinstitucionais, como a Rede Centro Oeste de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação em Biodiversidade, Biotecnologia e a Geodiversidade, os pesquisadores da Universidade estão organizados. Todos os anos, centenas de mestres e doutores são formados na UFGD e rapidamente a massa de inteligência à disposição da sociedade se espalha e qualifica os serviços e empreendimentos sociais, públicos e privados.

E não basta ingressar na Universidade, o importante é concluir a graduação. A UFGD promove programas para que o estudante complete seu curso com sucesso, como apoio psicológico, assistência social para todos, bolsas permanência, auxílio alimentação e atividades esportivas. Também colocou em funcionamento o Centro de Educação Infantil (CEIN), no qual os alunos, servidores e moradores da região podem deixar seus filhos enquanto estudam, o Restaurante Universitário, que subsidia a alimentação dos alunos, e a Moradia Estudantil que vai atender com moradia





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

estudantes que residem fora do município e que passam por situação de vulnerabilidade socioeconômica. Além disso, dentro da Universidade, o estudante pode receber pelo seu trabalho em programas e projetos de bolsas de ensino e graduação, como estágio e monitorias de ensino – ao todo, somam-se mais de mil bolsas ou outras formas de auxílio para os universitários.

Implantação, expansão e consolidação ocorrem praticamente ao mesmo tempo na UFGD. O que exige investimento maciço em infraestrutura física está planejado, em processo de construção ou acabou de ser terminado. São vários espaços, laboratórios, salas de aula e prédios administrativos que, ao todo, somam mais de 40 mil metros quadrados em obras e adequações, o que estabelece ótimas condições estruturais para a realização das atividades acadêmicas e administrativas. O imenso parque de laboratórios em construção ou já construídos e os milhões de reais investidos na aquisição de equipamentos permitirão aos alunos de graduação e pós-graduação a melhor formação em suas respectivas áreas e, ainda, proporcionarão aos pesquisadores os instrumentos necessários à produção de conhecimentos, de ciência e tecnologia, inovando as práticas sociais e econômicas no Estado.

Temos que considerar ainda que a UFGD se localiza em região estratégica dentro de Mato Grosso do Sul: a região da Grande Dourados que compreende 37 municípios e possui uma população de cerca de 800 mil pessoas, sendo um dos mais importantes pólos de crescimento agroindustrial do país. A Grande Dourados possui ainda posição estratégica no território nacional em sua porção central-meridional, fazendo fronteiras com as regiões Sul, Sudeste do Brasil, bem como com o território da América do Sul e, especificamente, do MERCOSUL – Mercado Comum Sul Americano, fazendo fronteira com a Bolívia e com o Paraguai. Esta região da cidade de Dourados, ao longo das últimas décadas, se constituiu no centro articulador do desenvolvimento regional e, em especial, em um pólo de educação superior.

Dessa forma, a Universidade reconhece o imperativo em constituir redes de produção de conhecimentos e experiências com outras instituições de ensino superior do Brasil e do estrangeiro, tendo como foco estratégico, uma maior articulação com a América Latina. Já consolidou parcerias com países de diversas partes do mundo, entre elas, Europa e América do Norte.

É fato que a UFGD desempenha um papel cada vez mais abrangente. Um papel de relevância social e acadêmica, no estreitamento de relações entre os países ao inserir-se decisivamente na formação de quadros profissionais qualificados, como também no desenvolvimento da ciência, da tecnologia, da arte e da cultura. Sempre com o compromisso de inclusão do maior número de pessoas e regiões, a Instituição faz com que a maioria, senão todos, seja beneficiada com as riquezas e valores por ela produzidos ou induzidos através de parcerias com governos, instituições, empresas e movimentos sociais.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**A expansão da UFGD**

Dentro do Programa Nacional de Educação – PNE, a UFGD propõe a expansão de seus cursos até 2020 passando de 32 graduações presenciais atualmente, para 40; de 5 graduações a distância para 12, inserindo-se em 16 municípios de Mato Grosso do Sul; e ampliação de seus programas de pós-graduação, chegando a uma população 20 mil pessoas, o que corresponde a 10% da população da cidade.

Desse modo, a Universidade pretende contribuir para a elevação da taxa bruta de matrícula na educação superior brasileira para 50% e a taxa líquida para 33% da população de 18 a 24 anos, assegurando a qualidade da oferta. Também pretende elevar a qualidade da educação superior pela ampliação da atuação de mestres e doutores nas instituições de educação superior para, no mínimo, 75% do corpo docente em efetivo exercício, sendo que desse total, 35% doutores. E, ainda, elevar gradualmente o número de matrículas na pós-graduação *stricto sensu*, de modo a atingir a titulação anual no Brasil de 60 mil mestres e 25 mil doutores.

**MISSÃO**

Gerar e socializar conhecimentos, saberes e valores, por meio do ensino, pesquisa e extensão de excelência, com compromisso social.

**DESAFIOS DE COMUNICAÇÃO**

A UFGD apresenta estrutura e suporte tecnológico para atender as necessidades dos países vizinhos e pretende alcançar o status de universidade que atenda as demandas de toda a América latina, firmando novas parcerias e apresentando todo o potencial da instituição, conseqüentemente tornando-se uma referência em produção de conhecimento.

É fato que há redução gradual no número de inscritos nos processos seletivos das universidades públicas brasileiras, mesmo considerando um maior número de concluintes do ensino médio. Além disso, é fato a redução no número de inscritos nos cursos ofertados de Licenciatura.

Nesse cenário, é necessário o planejamento e a criação de uma campanha publicitária para divulgar o processo seletivo de 2015 da Instituição, ao seu público-alvo, visando o crescimento do número de inscritos com relação aos números alcançados nos últimos anos de vestibular, em sintonia com os padrões e conceitos formadores da marca UFGD e com a importância de sua missão e objetivo institucional.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

O ingresso na Universidade se dará de duas formas: via Processo Seletivo Vestibular e ingresso via Sistema de Seleção Unificado - SISU (nota do Enem). 50% das vagas serão destinadas para cada forma de ingresso, considerando que 25% dessas são destinadas à cota social.

O papel social e internacional da UFGD, assim como o momento comemorativo proporcionado pela avaliação do INEP/MEC, que considerou a Instituição como a melhor de MS, por cinco anos consecutivos, sua bem sucedida história e o momento de expansão por que passa, são fatores que contribuem para a necessidade da campanha.

**OBJETIVOS GERAIS DE COMUNICAÇÃO**

Fortalecer e posicionar a marca da UFGD como pólo de socialização de conhecimento e educação regional, através do forte contexto de miscigenação étnica/cultural e regional em que a Universidade está inserida, agregando o status de uma Instituição que pretende ser referência para a América Latina;

Ressaltar os benefícios, diferenciais e vantagens oferecidas pela UFGD no sentido de convencer e persuadir o candidato à vaga de que a Instituição é a melhor opção para o seu futuro, ascensão social e crescimento pessoal e profissional;

Demonstrar a força e a qualidade já conquistadas pela Universidade com apenas 8 anos de existência, denotando o potencial que possui no presente e no futuro.

**PUBLICO-ALVO**

Jovens, homens e mulheres, com idade acima de 18 anos e ensino médio completo oriundos da rede pública de ensino.

**PRAÇAS E/OU MERCADOS**

A Campanha do Vestibular da UFGD atinge, principalmente, a região Sul de Mato Grosso do Sul, ou seja, 38 municípios incluindo a capital, Campo Grande. Também há veiculação em algumas cidades estratégicas de Mato Grosso, Goiás, São Paulo e Paraná. As peças são distribuídas em mídias convencionais, como inserções em TV, rádios e jornais eletrônicos, e em mídias alternativas, como shopping center e busdoor. O investimento maior é na cidade de Dourados, sede da UFGD, também com faixas e outdoors.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**PERÍODO**

As ações de comunicação devem ter início em agosto de 2015.

**VERBA REFERENCIAL**

No cálculo da alocação dos valores para a criação, produção e veiculação da campanha de que trata este briefing no Edital, a licitante utilizará como referencial uma verba de até R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).

**INFORMAÇÕES VEICULAÇÃO 2014**

**Setembro 2014**

**Valores Pagos (Fornecedores de Serviços Especializados)**

	<b>Tipo</b>	<b>Valor total (Rs)</b>	
<b>Serviço (criação)</b>	Serviços de criação da agência	R\$	17.368,00
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>17.368,00</b>

**Valores Pagos (Fornecedores de Serviços Especializados)**

	<b>Tipo</b>	<b>Valor total (Rs)</b>	
<b>Serviço (Produção)</b>	Produção de spot - 30"	R\$	600,00
	Produção de VT - 30"	R\$	12.757,50
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>13.357,50</b>

**Valores Pagos (Meios de divulgação)**

	<b>Meio</b>	<b>Valor total (Rs)</b>	
<b>Mídia</b>	<b>Rádio</b>	R\$	2.500,00
		R\$	1.150,00
		R\$	3.045,00
		R\$	4.032,00
		R\$	3.150,00
		R\$	3.150,00
		R\$	3.000,00
		R\$	1.458,07



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

		R\$	1.035,00
		R\$	1.439,94
		R\$	1.620,00
		R\$	1.551,50
		R\$	1.100,00
		R\$	1.759,49
		R\$	900,00
	Web	R\$	3.750,00
		R\$	3.200,00
		R\$	3.750,00
		R\$	4.500,00
		R\$	3.900,00
		R\$	1.800,00
		R\$	3.800,00
	TV	R\$	12.917,00
		R\$	8.586,30
		R\$	8.140,00
		R\$	6.104,00
		R\$	3.012,00
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>94.350,30</b>

<b>Total</b>	<b>125.075,80</b>
--------------	-------------------

**Gênero**

Masculino	5.194
Feminino	7.471

**Forma de Ingresso**

Acesso Universal	6.620
Cotista	6.045

**Pgto Inscrição**

CONVÊNIO	3.431
PAGANTE	9.186
ISENTO	48

**Faixa etária**

até 1980	516
De 1981 a 1990	1.820





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

de 1991 a 1999

10.300

**Estado Civil**

Viúvo(a)	3
União Estável	132
Casado(a)	597
Separado(a)	18
Solteiro(a)	11.934
Divorciado(a)	70



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



**ANEXO II**  
**MODELO DE PROCURAÇÃO**

**Outorgante**

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

**Outorgado**

O representante devidamente qualificado

**Objeto**

Representar a outorgante na Concorrência ...../2014.

**Poderes**

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....de ..... de 2014

**EMPRESA**

**CARGO E NOME**

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**ANEXO III**  
**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

**1. Preços sujeitos a valoração**

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

I - desconto, a ser concedido à UFGD, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de ... **[UF em que está sediado a UFGD]**, referentes a peças 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);

II - honorários, a serem cobrados à UFGD, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: ...% (... por cento);

III - honorários, a serem cobrados à UFGD, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: ...% (... por cento);

IV - honorários, a serem cobrados da UFGD, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ...% (... por cento).

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

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

**2. Reutilização de peças publicitárias – direitos autorais**

2.1 Declaramos que, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, a UFGD pagará, no máximo, os seguintes percentuais em relação ao valor original de cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos, aos detentores de direitos sobre:

I - trabalhos de arte e outros: ...% (... por cento);

II - obras consagradas incorporadas a peças: ...% (... por cento).

2.2 Para a reutilização por períodos inferiores, os respectivos percentuais máximos serão obtidos pela regra de três simples.

**3. Outras declarações**

3.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato (Anexo IV).



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

3.2 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e a veículos, transferindo à UFGD as vantagens obtidas.

3.3 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos e demais meios de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo da UFGD, nos termos da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo IV).

3.4 Esta Proposta de Preços está sendo apresentada em conformidade com o Edital desta concorrência.

....., de..... de 2014  
(nome da licitante)

\_\_\_\_\_  
Representante legal





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**ANEXO IV**  
**MINUTA DE CONTRATO**

Cláusula Primeira LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

Cláusula Segunda OBJETO

Cláusula Terceira VIGÊNCIA

Cláusula Quarta RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

Cláusula Quinta OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Cláusula Sexta OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

Cláusula Sétima FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

Cláusula Oitava REMUNERAÇÃO

Cláusula Nona DESCONTO DE AGÊNCIA

Cláusula Décima DIREITOS AUTORAIS

Cláusula Décima Primeira CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Cláusula Décima Segunda GARANTIA

Cláusula Décima Terceira SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Cláusula Décima Quarta RESCISÃO

Cláusula Décima Quinta DISPOSIÇÕES GERAIS

Cláusula Décima Sexta FORO



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE  
SERVIÇOS  
DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI,  
FAZEM A ..... E A EMPRESA**

.....  
Contrato nº .....

A Fundação Universidade Federal da Grande Dourados, sediada em Dourados-MS, na Rua João Rosa Góes, 1.761, Vila Progresso, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 07.775.847/0001-97, doravante denominada CONTRATANTE, neste ato representada ....., brasileiro, residente e domiciliado nesta cidade, inscrito no CPF/MF sob o nº ....., portador da Carteira de Identidade nº ....., e a ....., estabelecida em ....., na ....., inscrita no CNPJ/MF sob o nº ....., doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada ....., brasileiro, residente e domiciliado em ....., inscrito no CPF/MF sob o nº ....., portador da Carteira de Identidade nº ....., resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência nº 05/2014, Processo nº 23005.001235/2013-05, mediante os termos e condições a seguir:

**CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS**

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93.

1.1.1 Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto nº 6.555, de 08.09.08, do Decreto nº 57.690, de 01.02.66, do Decreto nº 4.563, de 31.12.02, do Decreto nº 3.722, de 09.01.01, da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02, de 11.10.10,] e da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21.12.10.

1.2 Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência 05/2014 e seus anexos, bem como as Propostas da CONTRATADA.

**CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO**

2.1 Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade, em regime de empreitada por preço unitário, 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 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 o público em geral.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução deste contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela CONTRATADA.

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

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.1.2 Os serviços previstos no subitem 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

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



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

2.3 A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

**CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA**

3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1 A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE, em conformidade com o art. 38 da Instrução Normativa nº 4, de 21.12.10, e com o subitem 7.10 deste contrato.

**CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

4.1 As despesas com o presente contrato, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$..... (.....).

4.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2014 está consignado no Orçamento Fiscal da União, na seguinte funcional programática.....

4.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, no Orçamento Fiscal da União as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.4 A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

**CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

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

5.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Dourados - MS, onde, para esse fim, terá que atender todas as solicitações da CONTRATANTE. Se necessário, a CONTRATADA poderá eventualmente utilizar seus estabelecimentos em outros Estados para executar parte dos serviços objeto deste contrato, desde que garantidas as condições previamente acordadas.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

5.1.2.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Dourados - MS, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

5.1.3 Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

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

5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

5.1.5.3 A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 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 neste contrato.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Disponibilização de Referências (SIREF), de que trata o art. 8º da Instrução Normativa SECOM nº 2, de 16 de dezembro de 2009, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no SIREF que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

5.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

5.1.7.2 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/1993 está dispensado do procedimento previsto no subitem 5.1.7.1.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

5.1.7.3 A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF.

5.1.7.4 Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do **Gestor** deste contrato.

5.1.7.5 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

5.1.7.6 Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.7 As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.6 não se aplicam à compra de tempos e ou espaços publicitários.

5.1.8 Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.8.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9 Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.9.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



5.1.10 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2 Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

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





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

5.1.12.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em *Betacam* com a peça de TV.

5.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.12.

5.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.12.

5.1.15 Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.16 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de **5 (cinco)** dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.18 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

5.1.20 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.22 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.

5.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

5.1.24 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.25 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.

5.1.26 Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.28 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

5.1.29 Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

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

5.1.31 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

#### **CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

6.1 Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;
- c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

- e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas na execução deste contrato;
- g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2 A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

**CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

7.1 A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1 Serão nomeados um **Gestor** titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato 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.

7.2 A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

7.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.4 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.5 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.6 A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

7.7 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

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

7.9 À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.10 A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

7.10.1 A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao **Gestor** deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

#### **CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO**

8.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1 Honorários de ..... % (..... 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, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

8.1.2 Honorários de ..... % (..... 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.

8.1.3 Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

8.1.4 .....(..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

8.1.4.1 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.4.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso do Sul e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.4, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3 A CONTRATADA não fará jus a:

a) honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

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

8.4 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

8.4.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

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

**CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA**

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

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

9.2 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.

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

9.2.1.1 Quando a política de preços for similar à praticada no Brasil, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação à base do percentual bruto praticado em cada país, que incidirá sobre os preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, e repassará à CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo.

**CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS**

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





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

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

10.1.3 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

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

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1 A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

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

10.2.1.1.1 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 - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**10.2.2 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 pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo .... %**





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

**(.... por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.**

10.2.2.1 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 - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

10.4 A CONTRATADA se obriga a fazer constar, 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 pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

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

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

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a 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;

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

10.6 A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS**

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal {nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ nº ....., da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo, que será emitido em nome da CONTRATANTE;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no seguinte endereço: Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados – MS. (auditório da Unidade I)

11.1.2 O **Gestor** deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

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

I - serviços executados pela CONTRATADA:

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1 As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 11.2.

11.2.2 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo **Gestor deste contrato**, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4 Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1 deste contrato.

11.5 No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



I - Revista: exemplar original;

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

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

I.1) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II - Mídia Exterior:

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





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

II.2 - *Mídia Digital Out Off Home*: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3 - Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

11.5.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.6 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA no SICAF, mediante consulta on-line.

11.6.1 A CONTRATADA deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município, se:

I - não estiver cadastrada no SICAF;

II - se sua situação no SICAF apresentar documentação obrigatória vencida.

11.6.1.1 Em qualquer das situações previstas no subitem 11.6.1, a CONTRATADA deverá apresentar ainda a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

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





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

11.8 No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com a aplicação da seguinte fórmula:

$EM = I \times N \times VP$ , Onde:

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

$$I = \frac{(TX/100)}{365} = \frac{(6/100)}{365} = 0,00016438$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%.

11.8.1 A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.9 A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10 Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de serviços especializados e a veículos e demais meios de divulgação em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.10.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

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

11.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 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.

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

11.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

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

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

11.11 A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA**

12.1 A CONTRATADA, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor de R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), correspondente a 5 % (cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 da Cláusula Quarta.

12.2 Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993:



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b) seguro-garantia;

c) fiança bancária.

12.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

12.4 Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) a apólice deverá indicar a CONTRATANTE como beneficiária.

12.5 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

a) prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

12.7 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

12.8 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

12.9 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.10 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.11 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

12.12 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.13 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu **Gestor**, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.13.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

12.14 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2.

12.14.1 Aceita pela CONTRATANTE, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I - advertência;

II - multa de mora e multa por inexecução contratual;

III - suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



IV - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.1.3 As sanções aplicadas serão registradas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF pela CONTRATANTE.

13.1.3.1 A CONTRATANTE comunicará, por escrito, à CONTRATADA que a sanção foi registrada no SICAF.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - as multas e a advertência serão aplicadas pela Autoridade Competente;

II - caberá a Autoridade Competente aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade;

III - a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Ministro de Estado de Educação.

13.3 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1 No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

13.4.1 O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de X % (..... por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

13.4.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço caracterizará inexecução total deste contrato.

13.5 A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

I - de 30 % (trinta por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 10 % (dez por cento), calculado sobre o valor previsto no subitem 4.1, pela:

a) recusa injustificada em apresentar a garantia prevista nos subitens 12.1 e 12.4 deste contrato;

b) inexecução total deste contrato;

c) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

13.6 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 12 (doze) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a CONTRATANTE;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5 deste contrato;

II - por até 2 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da **Ordem de Serviço**, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

- c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo a CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- f) demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- g) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;
- h) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresse da CONTRATANTE.

13.6.1 Na aplicação das sanções previstas no subitem 13.6 serão levadas em consideração a gravidade da infração e as circunstâncias atenuantes ou agravantes.

13.7 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

- I - causar prejuízo à CONTRATANTE por má-fé, ação maliciosa e premeditada;
- II - atuar com interesses escusos
- III - reincidir em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE;
- IV - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;
- V - demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados; ou





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

VI - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

13.7.1 A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8 Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso.

13.9 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.10 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.11 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

13.11.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO**

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**



14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não mantiver suas condições de habilitação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1.

14.1.2 Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1 Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela CONTRATANTE.





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

14.2 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.2.1 A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

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

14.4 Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da CONTRATADA, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a CONTRATANTE, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

14.4.1 A CONTRATANTE se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2 Em caso de cisão, a CONTRATANTE poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3 Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à CONTRATANTE, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1 A não apresentação do comprovante em até 5 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e na lei.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS**

15.1 A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS**  
**COORDENADORIA DE COMPRAS**

15.3 Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4 São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

15.5 A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO**

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de Dourados-MS.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 3 (três) vias.

Dourados - MS ,..... de ..... de 2014





## RE: Solicitação de Edital

### Compras

ter 16/12/2014 12:25

Para: Paulo A. Rolim Filho <pauloajax@pajax.com.br>;

📎 1 anexo

Edital CC 05 Agência publicidade (vs final).docx;

Prezado Paulo,

Segue edital solicitado.

Att,

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compra - UFGD

---

De: Paulo A. Rolim Filho <pauloajax@pajax.com.br>

Enviado: terça-feira, 16 de dezembro de 2014 10:17

Para: Compras

Assunto: Solicitação de Edital

Bom dia.

Olá! Por favor gostaríamos de solicitar o edital referente a contratação de agência de propaganda para a licitação da UFGD.

Fomos informados que o pedido poderia ser feito por este email.

Desde já agradecemos a atenção.

Um abraço.

Paulo A. Rolim Filho  
DIRETOR GERAL  
pauloajax@pajax.com.br  
R. João Cândido Câmara, 790 C  
Centro, Dourados - MS - Brasil  
www.pajax.com.br  
+55 67 3421.9356



# RE: Edital de licitação - Concorrência - Contratação de Agência de Propaganda.

Compras

ter 16/12/2014 12:25

Para: Waldinei Rodrigues da Silveira <waldinei@remat.com.br>;

📎 1 anexo

Edital CC 05 Agência publicidade (vs final).docx;

Prezado Waldinei,

Segue edital solicitado.

Att,

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compra - UFGD

---

**De:** Waldinei Rodrigues da Silveira <waldinei@remat.com.br>

**Enviado:** terça-feira, 16 de dezembro de 2014 11:20

**Para:** Compras

**Assunto:** Edital de licitação - Concorrência - Contratação de Agência de Propaganda.

Bom dia,

Temos interesse em participar da concorrência para contratação de agência de propaganda, para tanto, solicitamos o edital em questão. Caso necessário, seguem abaixo os dados da empresa:

Remat Marketing & Propaganda Ltda

CNPJ 02.965.671/0001-12

Rua Dr. Zerbini, nº340 – bairro Chácara Cachoeira II – Campo Grande/MS

CEP 79040-040

Aguardo retorno.





Obrigado,

**Waldinei Rodrigues**  
**Administrativo**



**SP** +55 11 5052 4958

**MS** +55 67 3316 7300



## RES: [Possível SPAM] - Edital de concorrência - Agência de Publicidade

Ricardo <ricardo@unicapropaganda.com.br>

ter 16/12/2014 13:38

Para: Compras <compras@ufgd.edu.br>;

Boa Tarde Vander,

Obrigado!

Att.

**Ricardo M. Takigami**  
ricardo@unicapropaganda.com.br  
celular: (44) 9722-5200 Telefax (44) 3026-6168  
Av. Euclides da Cunha, 1667 - Zona 5 - Maringá - Paraná - CEP:87015-180  
www.unicapropaganda.com.br

---

**De:** Compras [mailto:compras@ufgd.edu.br]

**Enviada em:** terça-feira, 16 de dezembro de 2014 12:27

**Para:** Ricardo

**Assunto:** RE: [Possível SPAM] - Edital de concorrência - Agência de Publicidade

Prezado Ricardo,

Segue edital solicitado.

Att,

Vander Soares Matoso

Coordenador de Compra - UFGD

---

**De:** Ricardo <ricardo@unicapropaganda.com.br>

**Enviado:** terça-feira, 16 de dezembro de 2014 12:04

**Para:** Compras

**Assunto:** [Possível SPAM] - Edital de concorrência - Agência de Publicidade

Boa tarde,

Gostaria de saber como faço para adquirir o edital de concorrência referente a contratação de agência de publicidade.

Att.





**Ricardo M. Takigami**  
ricardo@unicapropaganda.com.br  
celular: (44) 9722-5200 Telefax (44) 3026-6168  
Av. Euclides da Cunha, 1667 - Zona 5 - Maringá - Paraná - CEP:87015-180  
www.unicapropaganda.com.br

---

Este email foi escaneado pelo Avast antivírus.

[www.avast.com](http://www.avast.com)

---

Esta mensagem e seus anexos se dirigem exclusivamente ao seu destinatário, pode conter informação privilegiada ou confidencial e é para uso exclusivo da pessoa ou entidade de destino. Se não é vossa senhoria o destinatário indicado, fica notificado de que a leitura, utilização, divulgação e/ou cópia sem autorização pode estar proibida em virtude da legislação vigente. Se recebeu esta mensagem por erro, rogamos-lhe que nos comunique imediatamente por esta mesma via e proceda a sua destruição.

The information contained in this transmission is privileged and confidential information intended only for the use of the individual or entity named above. If the reader of this message is not the intended recipient, you are hereby notified that any dissemination, distribution or copying of this communication is strictly prohibited. If you have received this transmission in error, do not read it. Please immediately reply to the sender that you have received this communication in error and then delete it.

Este mensaje y sus adjuntos se dirigen exclusivamente a su destinatario, puede contener información privilegiada o confidencial y es para uso exclusivo de la persona o entidad de destino. Si no es usted, el destinatario indicado, queda notificado de que la lectura, utilización, divulgación y/o copia sin autorización puede estar prohibida en virtud de la legislación vigente. Si ha recibido este mensaje por error, le rogamos que nos lo comunique inmediatamente por esta misma vía y proceda a su destrucción.

---

Este email foi escaneado pelo Avast antivírus.

[www.avast.com](http://www.avast.com)



## RE: EDITAL CONTRATAÇÃO AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Compras

ter 16/12/2014 10:05

Para: Ana Salla Comunicação <ana@sallacomunicacao.com.br>;

📎 1 anexo

Edital CC 05 Agência publicidade (vs final).docx;

Bom dia,

Segue o edital solicitado.

at,

Paulo Batista

---

**De:** Ana Salla Comunicação <ana@sallacomunicacao.com.br>

**Enviado:** terça-feira, 16 de dezembro de 2014 09:05

**Para:** Compras

**Assunto:** EDITAL CONTRATAÇÃO AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Bom dia,

Solicito o edital de licitação para contratação de agência de publicidade.

Aguardo,

Atenciosamente,

--





**PORTARIA NÚMERO 1115 de 23/12/2014**

O REITOR DA FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS, usando de suas atribuições legais, tendo em vista as disposições do Artigo 10, §1º e § 2º, da Lei 12.232, de 29/04/2010, que dispõe sobre as normas gerais de licitação e contratações pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de publicidades, RESOLVE:

I - Tornar público os nomes indicados para sorteio para compor subcomissão técnica Especial de Análise e Julgamento de Propostas para contratação de Agência de Publicidade, com a seguinte composição:

Nome	CPF	Formação Acadêmica
André Giulliano Mazini (Não-servidor)	005.071.331-02	Jornalista
Bianca Cegati Ozuna (Servidora)	002.553.391-60	Jornalista
Fábio Jorge Souto de Carvalho (servidor)	009.671.171-00	Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Gibran da Rocha Bento (Servidor)	054.691.576-01	Jornalista
Graziela Moura de Souza (Servidora)	909.166.030-91	Comunicação Social - Jornalismo
Lana Aquino Guedes (Não-servidora)	001.242.231-25	Publicitária
Stella Adriana Zanchett (Servidora)	051.289.099-48	Jornalista
Suelma Pires da Silva Bonatto (Não-servidor)	465.236.001-06	Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Thales Albano de Sousa Pimenta (Servidor)	224.847.378-82	Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
Thaysa Freitas Figueiredo (Servidora)	735.933.111-00	Jornalista

II – Tornar público local e data para sorteio, a saber, dia 12 de janeiro de 2015, nas instalações da Coordenadoria de Compras – Unidade II – situada a Rodovia Dourados a Itahum –Km 12 -Dourados/MS, às 09:00 horas.

**Prof. Damião Duque de Farias**





O PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO E REITOR DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, no uso de suas atribuições estatutárias e considerando o constante do UnBDoc n. 170260/2014, resolve:

Nº 1.781 - Designar a servidora Riane de Oliveira Torres Santos, ocupante do cargo de Analista de Tecnologia da Informação, para substituir o Diretor do Centro de Informática (CD-04) durante o período de férias regulamentares do titular, Jorge Henrique Cabral Fernandes, de 31/12/2014 a 3/2/2015.

O PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO E REITOR DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, no uso de suas atribuições estatutárias e considerando o constante do UnBDoc n. 171397/2014, resolve:

Nº 1.782 - Designar a servidora Maria Tereza do Rego Barros Luz, ocupante do cargo de Assistente em Administração, para substituir a Diretora de Gestão de Materiais (CD-04) durante o período de férias regulamentares do titular, Albanete Alves Burity, de 12/1/2015 a 16/1/2015.

O PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO E REITOR DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, no uso de suas atribuições estatutárias e nos termos do art. 9º, inciso I, e art. 10 da Lei n. 8.112/1990, publicada no DOU de 12/12/1990 e tendo em vista o Processo Judicial n. 73930-80.2014.4.01.3400, da 5ª Vara da Seção Judiciária do Distrito Federal, resolve:

Nº 1.787 - Nomear Ana Paula de Oliveira Ricaldi de Castilho, candidato(a) habilitado(a) em 29º lugar no Concurso Público objeto do Edital Convocatório n. 1/2013, publicado no DOU de 23/12/2013, e Edital de Homologação n. 9/2014, publicado no DOU de 26/06/2014, para o cargo de Técnico de Laboratório/Área: Biologia, Nível de Classificação D, Nível de Capacitação I e Padrão de Vencimento I, código de vaga n. 903467, do Quadro de Pessoal Permanente da Fundação Universidade de Brasília, com lotação no Decanato de Gestão de Pessoas. Proveniente em conformidade com a Portaria MEC n. 324/2014, publicada no DOU de 11/4/2014.

IVAN CAMARGO

## ATO Nº 1.788, DE 30 DE DEZEMBRO DE 2014

O PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO E REITOR DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, no uso de suas atribuições estatutárias e considerando o constante do UnBDoc n. 177062/2014 resolve Designar, como substituto eventual da função de Decano de Gestão de Pessoas, a servidora Nara Cristina Ferreira Mendes, ocupante do cargo de Auditor, Matrícula SIFES nº 1051954 e SIAPE nº 1877089 durante os períodos de afastamentos, impedimentos legais ou regulamentares do titular.

IVAN CAMARGO

DESPACHO DO REITOR  
Em 30 de dezembro de 2014

O PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO E REITOR DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, no uso da competência que lhe foi delegada pela Portaria MEC n. 404/2009, publicada no DOU de 07/05/2009, considerando a legislação pertinente, autoriza o afastamento a seguir:

MARCELO MENEZES DE CARVALHO, ocupante do cargo de Professor do Magistério Superior na Fundação Universidade de Brasília, no período de 22/02/2015 a 26/02/2015 (incluindo trânsito), para participar do Brazil - Ireland Science Week, em Dublin - Irlanda e, no período de 27/02/2015 a 08/03/2015 (incluindo trânsito), para realizar visita técnica - Trinity College Dublin, em Dublin - Irlanda, correspondente ao Afastamento do País, com ônus CAPES, conforme Processo n. 23106.019463/2014-76.

SANDRA FERRAZ DE CASTILHO DOURADO FREIRE, ocupante do cargo de Professor do Magistério Superior na Fundação Universidade de Brasília, no período de 13/01/2015 a 22/01/2015 (incluindo trânsito), para participar do First International One Vision: Many Mirrors Early Childhood Music Edu Symposium, em Roma - Itália, correspondente ao Afastamento do País, com ônus FUB, conforme Processo n. 23106.019433/2014-60.

WIVIAN JANY WELLER, ocupante do cargo de Professor do Magistério Superior na Fundação Universidade de Brasília, no período de 05/03/2015 a 14/03/2015 (incluindo trânsito), para apresentar trabalho no 59º Congresso da Sociedade de Educação Comparada e Internacional - CIES, em Washington - Estados Unidos da América, correspondente ao Afastamento do País, com ônus Limitado, conforme Processo n. 23106.019414/2014-33.

STEFAN MICHAEL BLAWID, ocupante do cargo de Professor do Magistério Superior na Fundação Universidade de Brasília, no período de 23/02/2015 a 06/03/2015 (incluindo trânsito), para realizar visita técnica a Technische Universität Dresden, em Dresden - Alemanha, correspondente ao Afastamento do País, com ônus DFG, conforme Processo n. 23106.019454/2014-85.

IVAN CAMARGO

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO AMAPÁ

## PORTARIAS DE 22 DE DEZEMBRO DE 2014

A VICE-REITORA NO EXERCÍCIO DA REITORIA, no uso das atribuições que lhe foram conferidas pelo Decreto da Presidência da República de 15.09.2014, publicado no D.O.U. nº 178, de 16.09.2014, Seção 2, p. 1, e tendo em vista o que consta no Memorando nº 319/2014 - DIC/DAP/PROG/UNIFAP de 22.12.2014, resolve:

Nº 1.857 - Art. 1º - Nomear nos termos do Art. 9º, Inciso I e Art. 10 da Lei nº 8.112/90, o candidato Carlos Wagner Ferreira Farias para exercer o cargo efetivo de Professor do Magistério Superior do quadro de pessoal da Universidade Federal do Amapá, Classe Auxiliar - A, Nível I, com Especialização, em regime de trabalho de 40 horas com Dedicação Exclusiva, código da vaga nº 0852368/Origem: Exoneração, Área de Conhecimento: Pedagogia do Movimento, com lotação no Campus Binacional - Oiapoque/AP, por habilitação em Concurso Público regido pelo Edital nº 002/2014, homologado através do Edital nº 009/2014, mediante publicação no DOU nº 108, Seção 3, p. 36, de 09.06.2014.

Art. 2º - A posse dar-se-á no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da publicação deste ato no D.O.U., conforme § 1º do Art. 13 da Lei nº 8.112/90.

Art. 3º - Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Nº 1.855 - Art. 1º - Nomear nos termos do Art. 9º, Inciso I e Art. 10 da Lei nº 8.112/90, a candidata Nadia Cristine Coelho Eugenio para exercer o cargo efetivo de Professor do Magistério Superior do quadro de pessoal da Universidade Federal do Amapá, Classe Auxiliar - A, Nível I, com Especialização, em regime de trabalho de 40 horas, código da vaga nº 0926728/Origem: Lei/Medida Provisória, Área de Conhecimento: Saúde Coletiva, com lotação no Campus Binacional - Oiapoque/AP, por habilitação em Concurso Público regido pelo Edital nº 007/2013, homologado através do Edital nº 016/2013, mediante publicação no DOU nº 132, Seção 3, ps. 38 e 39, de 11.07.2013.

Art. 2º - A posse dar-se-á no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da publicação deste ato no D.O.U., conforme § 1º do artigo 13 da Lei nº 8.112/90.

Art. 3º - Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação, resolve.

Nº 1.854 - Art. 1º - Nomear nos termos do Art. 9º, Inciso I e Art. 10 da Lei nº 8.112/90, o candidato Benedito de Souza Guimarães Júnior para exercer o cargo efetivo de Professor do Magistério Superior do quadro de pessoal da Universidade Federal do Amapá, Classe Auxiliar - A, Nível I, com Graduação, em regime de trabalho de 40 horas, código da vaga nº 0923402/Origem: Exoneração, Área de Conhecimento: Introdução à Enfermagem, com lotação no Campus Binacional - Oiapoque/AP, por habilitação em Concurso Público regido pelo Edital nº 007/2013, homologado através do Edital nº 016/2013, mediante publicação no DOU nº 132, Seção 3, ps. 38 e 39, de 11.07.2013.

Art. 2º - A posse dar-se-á no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da publicação deste ato no D.O.U., conforme § 1º do artigo 13 da Lei nº 8.112/90.

Art. 3º - Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação, resolve.

Nº 1.853 - Art. 1º - Nomear nos termos do Art. 9º, Inciso I e Art. 10 da Lei nº 8.112/90, o candidato Dinado Barbosa da Silva Júnior para exercer o cargo efetivo de Professor do Magistério Superior do quadro de pessoal da Universidade Federal do Amapá, Classe Auxiliar - A, Nível I, com Graduação, em regime de trabalho de 40 horas com Dedicação Exclusiva, código da vaga nº 0923427/Origem: Exoneração, Área de Conhecimento: História Moderna, com lotação no Campus Binacional - Oiapoque/AP, por habilitação em Concurso Público regido pelo Edital nº 007/2013, homologado através do Edital nº 016/2013, mediante publicação no DOU nº 132, Seção 3, ps. 38 e 39, de 11.07.2013.

Art. 2º - A posse dar-se-á no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da publicação deste ato no D.O.U., conforme § 1º do artigo 13 da Lei nº 8.112/90.

Art. 3º - Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação, resolve.

Nº 1.856 - Art. 1º - Nomear nos termos do Art. 9º, Inciso I e Art. 10 da Lei nº 8.112/90, o candidato Glauber Romling da Silva para exercer o cargo efetivo de Professor do Magistério Superior do quadro de pessoal da Universidade Federal do Amapá, Classe Adjunto - A, Nível I, com Doutorado, em regime de trabalho de 40 horas com Dedicação Exclusiva, código da vaga nº 0926754/Origem: Lei/Medida Provisória, Área de Conhecimento: Letras, Linguística e Línguas Indígenas, com lotação no Campus Binacional - Oiapoque/AP, por habilitação em Concurso Público regido pelo Edital nº 013/2013, homologado através do Edital nº 020/2013, mediante publicação no DOU nº 230, Seção 3, ps. 50 e 51, de 27.11.2013.

Art. 2º - A posse dar-se-á no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da publicação deste ato no D.O.U., conforme § 1º do Art. 13 da Lei nº 8.112/90.

Art. 3º - Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

ADELMA DAS NEVES NUNES BARROS

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL  
DA GRANDE DOURADOS

## PORTARIA Nº 1.115, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2014

O REITOR DA FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS, usando de suas atribuições legais, tendo em vista as disposições do Artigo 10, §1º e § 2º, da Lei 12.232, de 29/04/2010, que dispõe sobre as normas gerais de licitação e contratações pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de publicidades, resolve:

I - Tornar público os nomes indicados para sorteio para compor subcomissão técnica Especial de Análise e Julgamento de Propostas para contratação de Agência de Publicidade, com a seguinte composição:

Nome	CPF	Formação Acadêmica
André Giuliano Mazini (Não-servidor)	003.071.331-02	Jornalista
Bianca Cegati Ozuna (Servidora)	002.553.391-60	Jornalista
Fábio Jorge Souto de Carvalho (servidor)	009.671.171-00	Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Gilvan da Rocha Bento (Servidor)	054.691.576-01	Jornalista
Graziela Moura de Souza (Servidora)	909.166.030-91	Comunicação Social - Jornalismo
Lana Aquino Guedes (Não-servidora)	001.242.231-25	Publicitária
Stella Adriana Zanchett (Servidora)	051.289.099-48	Jornalista
Suelma Pires da Silva Bonatto (Não-servidor)	465.236.001-06	Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Thales Albano de Sousa Pimenta (Servidor)	224.847.378-82	Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
Thaysa Freitas Figueiredo (Servidora)	735.933.111-00	Jornalista

II - Tornar público local e data para sorteio, a saber, dia 12 de janeiro de 2015, nas instalações da Coordenadoria de Compras - Unidade II - situada a Rodovia Dourados a Itahum - Km 12 - Dourados/MS, às 09:00 horas.

DAMIÃO DUQUE DE FARIAS

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE MATO GROSSO

## PORTARIA Nº 1.665, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2014

A Reitora da Universidade Federal de Mato Grosso, no uso de suas atribuições legais, resolve:

Autorizar o afastamento do país do servidor docente JO-CIREI DIAS FERREIRA, matrícula SIAPE nº 1519741, no período de 15/01/2015 a 15/01/2016, para realizar Estágio Pós-Doutoral, no San Diego State University, em San Diego - Califórnia - EUA, com ônus para CNPq e ônus limitado para UFMT. (Processo nº 23108.013797/14-3).

MARIA LUCIA CAVALLI NEDER

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE PELOTAS

## PORTARIA Nº 2.301, DE 12 DE DEZEMBRO DE 2014

O REITOR DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS, no uso de suas atribuições legais, considerando os termos do Processo UFpel, protocolado sob o nº 23110.010206/2014-18, resolve:

APOSENTAR, por invalidez, o servidor SERGIO TESSARO, ocupante do cargo de Professor do Magistério do Ensino Superior, classe D - Associado, nível 2, com titulação de Doutorado e 40 horas semanais, matrícula SIAPE nº 0421747, lotado na Faculdade de Medicina, com fundamento art. 40, § 1º, inciso I, da C.F. de 1988 com redação dada pela E.C. 41/2003, atualizada pela E.C. 70/2012 com proventos integrais e 5% (cinco por cento) de anuênios.

Declarar vaga o cargo acima referido.

MAURO AUGUSTO BURKERT DEL PINO

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE RORAIMA

## PORTARIA Nº 689, DE 29 DE DEZEMBRO DE 2014

O VICE-REITOR DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA, nomeado pela Portaria 067/GR, de 07/03/2012, no uso de suas atribuições legais e estatutárias, considerando o que consta no Memorando Eletrônico nº 97/2014-CCA, resolve.

Designar, pelo período de 02/01/2015 a 01/04/2015, a Professora REGINA TIE UMIGI, matrícula SIAPE nº 1839832, lotada no Departamento de Zootecnia, para exercer a função de Coordenadora Pró-Tempore do Curso de Zootecnia da Universidade Federal de Roraima, (FUC-001).

REGINALDO GOMES DE OLIVEIRA  
Em Exercício





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
PRÓ-REITORIA DE ADMINISTRAÇÃO  
COORDENADORIA DE COMPRAS**

**ATA DE REALIZAÇÃO DE SESSÃO PÚBLICA DE SORTEIO DE NOMES PARA  
COMPOR A SUBCOMISSÃO ESPECIAL DE ANÁLISE E JULGAMENTO DE  
PROPOSTAS PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE  
PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE REFERENTE AO  
PROCESSO 23005.001235/2013-05 – CONCORRÊNCIA 05/2014.**

Aos doze dias do mês de janeiro de dois mil e quinze, às nove horas e trinta minutos (hora local) e em atenção a Portaria nr. 1.115 de 23/12/2014 da Reitoria, devidamente publicada no Diário Oficial da União de 31 de dezembro de 2.014 em sua Seção 2 e página 10, reuniram-se na Coordenadoria de Compras da UFGD, os Servidores Vander soares Matoso, Charles Pereira Barreto e Adriano Cavalcante da Silva para, sob a presidência do primeiro, proceder a realização de sorteio previsto nos termos do Artigo 10, § 1º e § 2º da Lei 10.232 de 29/04/2010 que dispõe sobre as normas gerais de licitação e contratações pela Administração Pública de serviços de publicidade prestado por intermédio de agências de propaganda. A sobredita portaria tornava público os nomes para sorteio para comporem a subcomissão especial para julgamento das propostas técnicas conforme segue:

NOME	FORMAÇÃO ACADÊMICA	SERVIDOR
Bianca Cegati Ozuna	Jornalista	Sim
Stella Adriana Zanchett	Jornalista	Sim
Graziela Moura de Souza	Jornalista	Sim
Thales Albano Pimenta de Souza	Publicitário	Sim
Fábio Jorge Souto de Carvalho	Publicitário	Sim
Gibran da Rocha Bento	Jornalista	Sim
Thaysa Freitas de Figueiredo	Jornalista	Sim
Suelma Pires da Silva	Publicitária	Não/EMBRAPA
André Giulliano Mazini	Jornalista	Não/UEMS
Lana Aquino Guedes	Publicitária	Não/UNIGRAN

Os nomes indicados foram devidamente acondicionados em recipientes distintos para servidores e não servidores para realização do sorteio. Do recipiente contendo os nomes dos servidores foram sorteados: FÁBIO JORGE SOUTO CARVALHO e THALES ALBANO DE SOUZA PIMENTA e do recipiente contendo os nomes dos não servidores: SUELMA PIRES DA SILVA





**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
PRÓ-REITORIA DE ADMINISTRAÇÃO  
COORDENADORIA DE COMPRAS**

BONATTO. Nada mais havendo a tratar, os trabalhos foram encerrados e, para constar, lavrou-se a presente ATA que julgada conforme, segue assinada por todos os presentes.

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Mat. 1621532

Charles Pereira Barreto  
Chefe da Seção de Projetos  
Mat. 1875016

Adriano da Silva Cavalcante  
Chefe da Seção de Licitação  
Mat. 1666692





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS



**PORTARIA Nº 050 DE 15 DE JANEIRO DE 2015.**

O REITOR DA FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS, usando de suas atribuições legais, tendo em vista as disposições da Lei 12.232, de 29/04/2010, que dispõe sobre as normas gerais de licitação e contratações pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, RESOLVE:

Art. 1º - Constituir Subcomissão Técnica Especial de Análise e Julgamento de propostas técnicas para contratação de Agência de Publicidade, com a seguinte composição:


Integrantes da UFGD:

**FÁBIO JORGE SOUTO DE CARVALHO** – Comunicação Social:  
Publicidade e Propaganda, SIAPE nº 1700899;

**THALES ALBANO DE SOUZA PIMENTA** - Comunicação Social:  
Publicidade e Propaganda, SIAPE nº 1669665.

Integrante Externo:

**SUELMA PIRES DA SILVA BONATTO** - Comunicação Social:  
Publicidade e Propaganda, CPF nº 465.236.001-06.

  
**Prof. Damião Duque de Farias**



RE: UFGD - Supressão do item 9.3 - Edital de concorrência nº 5/2014

Compras

sex 09/01/2015 09:35

Para: Ricardo <ricardo@unicapropaganda.com.br>;

Prezado Ricardo,

Depois de consultada a Secretaria de Comunicação da Presidência da República - SECOM/PR sobre vosso questionamento, informo-vos que devemos seguir o disposto no subitem 3.11 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, combinado com a alínea "a" do subitem 3.11.2,

*"nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental".*

Esperamos ter equacionado vosso questionamento e continuamos a disposição para quaisquer outros que surjam neste período.

Atenciosamente,

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras - UFGD

---

De: Ricardo <ricardo@unicapropaganda.com.br>

Enviado: quarta-feira, 7 de janeiro de 2015 11:55

Para: Compras

Assunto: UFGD - Supressão do item 9.3 - Edital de concorrência nº 5/2014

Ilustríssimo Senhor Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras – UFGD

**Ref.: Edital de concorrência nº 5/2014**

**Assunto: Supressão do item 9.2 do anexo IV – Minuta do contrato**

Prezado senhor,





A minuta do contrato, anexo IV do edital citado estabelece que a contratada devolverá à contratante 1/4 do valor do desconto-padrão de agência sobre contratos encaminhados aos veículos de comunicação por ordem e conta da contratante.

**9.2 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.**

No entanto, tal devolução, segundo o anexo B das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA ocorre a partir de valores de verba publicitária de R\$ 2.500.000,00. O item 23 do edital, RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS, destina para o contrato R\$ 500.000,00, desobrigando a contratada da devolução mencionada acima.

**ANEXO "B"**

**SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS**

**Instituído pelo item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária**

**INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA PARCELA DO "DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA" A REVERTER AO ANUNCIANTE**

Até R\$ 2.500.000,00.....Nihil.

De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.....Até 2% (dois por cento) do investimento bruto.

De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00.....Até 3% (três por cento) do investimento bruto.

De R\$ 25.000.000,01 em diante.....Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

Nesse sentido solicitamos suspender a obrigatoriedade do repasse a contratante dos valores mencionados do item 9.2 da minuta do contrato.

Atenciosamente,



**Ricardo M. Takigami**  
ricardo@unicapropaganda.com.br  
celular: (44) 9722-5200 Telefax (44) 3026-6168  
Av. Euclides da Cunha, 1667 - Zona 5 - Maringá - Paraná - CEP:87015-180  
www.unicapropaganda.com.br



Este email foi escaneado pelo Avast antivírus.

[www.avast.com](http://www.avast.com)



## Re: ENC: UFGD - Supressão do item 9.3 - Edital de concorrência nº 5/2014

Gilvan Ferreira Ximenes <gximenes@presidencia.gov.br>

qua 07/01/2015 19:10

Para:Compras <compras@ufgd.edu.br>;

Cc:sidney.oliveira@presidencia.gov.br <sidney.oliveira@presidencia.gov.br>;

Prezado Vander,

Sugerimos que informe ao consulente que, segundo subitem 3.11 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, combinado com a alínea "a" do subitem 3.11.2,

*"nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental".*

--

*Gilvan Ximenes*

Assistente do Departamento de Normas

Presidência da República - Secretaria de Comunicação Social

(61) 3411-4854

[gximenes@presidencia.gov.br](mailto:gximenes@presidencia.gov.br)

Em 07/01/2015 15:54:38, Compras escreveu:

Prezado Gilvan,

Recebemos um questionamento quanto a devolução do 1/4 do valor de desconto padrão aos veículos de comunicação (mail abaixo).

Solicito-vos orientação quanto ao correto procedimento a ser adotado.





Atenciosamente,

Vander Soares Matoso

Coordenador de Compras - UFGD

---

De: Ricardo <ricardo@unicapropaganda.com.br>

Enviado: quarta-feira, 7 de janeiro de 2015 11:55

Para: Compras

Assunto: UFGD - Supressão do item 9.3 - Edital de concorrência nº 5/2014

Ilustríssimo Senhor Vander Soares Matoso

Coordenador de Compras – UFGD

**Ref.: Edital de concorrência nº 5/2014**

**Assunto: Supressão do item 9.2 do anexo IV – Minuta do contrato**

Prezado senhor,

A minuta do contrato, anexo IV do edital citado estabelece que a contratada devolverá à contratante  $\frac{1}{4}$  do valor do desconto-padrão de agência sobre contratos encaminhados aos veículos de comunicação por ordem e conta da contratante.

**9.2 A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE  $\frac{1}{4}$  (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.**



No entanto, tal devolução, segundo o anexo B das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA ocorre a partir de valores de verba publicitária de R\$ 2.500.000,00. O item 23 do edital, RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS, destina para o contrato R\$ 500.000,00, desobrigando a contratada da devolução mencionada acima.

## **ANEXO "B"**

### **SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS**

**Instituído pelo item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária**

#### **INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA PARCELA DO "DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA" A REVERTER AO ANUNCIANTE**

**Até R\$ 2.500.000,00.....Nihil.**

**De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.....Até 2% (dois por cento) do investimento bruto.**

**De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00.....Até 3% (três por cento) do investimento bruto.**

**De R\$ 25.000.000,01 em diante.....Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.**

Nesse sentido solicitamos suspender a obrigatoriedade do repasse a contratante dos valores mencionados do item 9.2 da minuta do contrato.

Atenciosamente,



**Ricardo M. Takigami**

ricardo@unicapropaganda.com.br

celular: (44) 9722-5200 Telefax (44) 3026-6168

Av. Euclides da Cunha, 1667 - Zona 5 - Maringá - Paraná - CEP:87015-180

www.unicapropaganda.com.br





---

Este email foi escaneado pelo Avast antivírus.

[www.avast.com](http://www.avast.com)

---

Esta mensagem e seus anexos se dirigem exclusivamente ao seu destinatário, pode conter informação privilegiada ou confidencial e é para uso exclusivo da pessoa ou entidade de destino. Se não é vossa senhoria o destinatário indicado, fica notificado de que a leitura, utilização, divulgação e/ou cópia sem autorização pode estar proibida em virtude da legislação vigente. Se recebeu esta mensagem por erro, rogamos-lhe que nos comunique imediatamente por esta mesma via e proceda a sua destruição.

The information contained in this transmission is privileged and confidential information intended only for the use of the individual or entity named above. If the reader of this message is not the intended recipient, you are hereby notified that any dissemination, distribution or copying of this communication is strictly prohibited. If you have received this transmission in error, do not read it. Please immediately reply to the sender that you have received this communication in error and then delete it.

Este mensaje y sus adjuntos se dirigen exclusivamente a su destinatario, puede contener información privilegiada o confidencial y es para uso exclusivo de la persona o entidad de destino. Si no es usted, el destinatario indicado, queda notificado de que la lectura, utilización, divulgación y/o copia sin autorización puede estar prohibida en virtud de la legislación vigente. Si ha recibido este mensaje por error, le rogamos que nos lo comunique inmediatamente por esta misma vía y proceda a su destrucción.

RE: Dúvidas sobre o objeto da concorrência nº005/2014 - A/C Vander.



Compras

qui 18/12/2014 10:01

Para: Waldinei Rodrigues da Silveira <waldinei@remat.com.br>;

Prezado Waldinei,

Segue abaixo respostas aos seus questionamentos na ordem das perguntas:

1ª Questão

R. O objeto da concorrência visa atender diretamente a UFGD na divulgação da suas ações/resultados institucionais.

2ª Questão

R. Sim. a publicidade de oferta de cursos é realizada de forma macro através da divulgação do vestibular, conforme campanhas anteriores.

Inclusive nosso briefing trata de uma campanha de divulgação de vestibular.

Caso necessite de mais informações, fique a vontade em solicitá-las.

Atenciosamente,

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras - UFGD

---

De: Waldinei Rodrigues da Silveira <waldinei@remat.com.br>

Enviado: quarta-feira, 17 de dezembro de 2014 17:49

Para: Compras

Assunto: Dúvidas sobre o objeto da concorrência nº005/2014 - A/C Vander.

Boa tarde,

Sou da agência Remat Marketing & Propaganda Ltda, e tenho uma dúvida quanto ao objeto da concorrência nº005/2014.

1ª Questão:





Gostaria de saber se o objeto desta concorrência é para atender diretamente a Universidade Federal da Grande Dourados, ou para atender alguma repartição ou secretaria em específico?

2º Questão:

Dentre os serviços objeto desta concorrência está a publicidade de oferta de cursos da Universidade Federal da Grande Dourados?

Aguardo retorno.

Obrigado,

**Waldinei Rodrigues**  
**Administrativo**



**SP** +55 11 5052 4958

**MS** +55 67 3316 7300



RE: Retirada do invólucro padrão nº1 - A/C Vander.

Compras

qui 18/12/2014 10:21

Para: Waldinei Rodrigues da Silveira <waldinei@remat.com.br>;

Prezado Waldinei,

Não vejo problemas em retirar no dia. Apenas fique atento aos horários do edital que remetem ao horário oficial de Brasília.

Atenciosamente,

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras - UFGD

---

De: Waldinei Rodrigues da Silveira <waldinei@remat.com.br>

Enviado: quarta-feira, 17 de dezembro de 2014 15:20

Para: Compras

Assunto: Retirada do invólucro padrão nº1 - A/C Vander.

Boa tarde,

Sou da agência Remat Marketing & Propaganda Ltda, e tenho uma dúvida quanto a retirada do invólucro padrão de nº1.

Nossa empresa é de Campo Grande/MS, e não temos como retirar este envelope antes da data de abertura da licitação. Gostaria de saber se podemos retirar este envelope na data da apresentação, alguns minutos antes, já que o envio por correio do mesmo poderá danificar ou marcar o invólucro.

Aguardo retorno.

Obrigado,





**Waldinei Rodrigues**  
**Administrativo**



**SP** +55 11 5052 4958

**MS** +55 67 3316 7300



RE: Edital de licitação - Concorrência - Contratação de Agência de Propaganda.

Compras

ter 16/12/2014 12:25

Para: Waldinei Rodrigues da Silveira <waldinei@remat.com.br>;

📎 1 anexo

Editais CC 05 Agência publicidade (vs final).docx;

Prezado Waldinei,

Segue edital solicitado.

Att,

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compra - UFGD

---

**De:** Waldinei Rodrigues da Silveira <waldinei@remat.com.br>

**Enviado:** terça-feira, 16 de dezembro de 2014 11:20

**Para:** Compras

**Assunto:** Edital de licitação - Concorrência - Contratação de Agência de Propaganda.

Bom dia,

Temos interesse em participar da concorrência para contratação de agência de propaganda, para tanto, solicitamos o edital em questão. Caso necessário, seguem abaixo os dados da empresa:

Remat Marketing & Propaganda Ltda

CNPJ 02.965.671/0001-12

Rua Dr. Zerbini, nº340 – bairro Chácara Cachoeira II – Campo Grande/MS  
CEP 79040-040

Aguardo retorno.





Obrigado,

**Waldinei Rodrigues**  
**Administrativo**



**SP** +55 11 5052 4958

**MS** +55 67 3316 7300



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
COORDENADORIA DE COMPRAS**

À Empresa Única Propaganda Ltda.

Em atendimento ao pedido de esclarecimentos de 07 de janeiro de 2015 e depois de analisado e orientado pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República – SECOM/PR segue abaixo manifestação:

**Questionamento:** A minuta do contrato, anexo IV do edital citado estabelece que a contratada devolverá à contratante 1/4 do valor do desconto-padrão de agência sobre contratos encaminhados aos veículos de comunicação por ordem e conta da contratante.

**9.2 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.**

No entanto, tal devolução, segundo o anexo B das NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA ocorre a partir de valores de verba publicitária de R\$ 2.500.000,00. O item 23 do edital, RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS, destina para o contrato R\$ 500.000,00, desobrigando a contratada da devolução mencionada acima.

**ANEXO "B"**

**SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS**

**Instituído pelo item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária**

**INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA PARCELA DO "DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA" A REVERTER AO ANUNCIANTE**

**Até R\$ 2.500.000,00.....Nihil.**

**De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.....Até 2% (dois por cento) do investimento bruto.**

**De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00.....Até 3% (três por cento) do investimento bruto.**

**De R\$ 25.000.000,01 em diante.....Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.**

Nesse sentido solicitamos suspender a obrigatoriedade do repasse a contratante dos valores mencionados do item 9.2 da minuta do contrato.





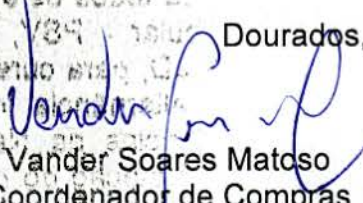
SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
COORDENADORIA DE COMPRAS

**Resposta:** Depois de consultada a Secretaria de Comunicação da Presidência da República - SECOM/PR sobre vosso questionamento, informo-vos que devemos seguir o disposto no subitem 3.11 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, combinado com a alínea "a" do subitem 3.11.2,

*"nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental".*

Esperamos ter equacionado vosso questionamento e continuamos a disposição para quaisquer outros que surjam neste período.

Dourados, MS, 09 de janeiro de 2015.

  
Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Presidente da CEL/Publicidade



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
COORDENADORIA DE COMPRAS**

À Empresa Compet Marketing e Comunicação Ltda.

Em atendimento ao pedido de esclarecimentos de 14 de janeiro de 2015 e depois de analisado e orientado pela Assessoria de Comunicação da UFGD segue abaixo manifestação:

**Questionamentos:**

1) Pergunta: No dia 29 de julho de 2015, a Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD) faz 10 anos de criação?

**Resposta:** Sim.

2) Pergunta: Quantos vestibulares serão realizados no ano de 2015? Quais são as referências, 2014/2015 ou 2015/2016?

**Resposta:** A UFGD realiza todos os anos três importantes processos seletivos: O Processo Seletivo Vestibular - PSV, para cursos presenciais; O Vestibular da Educação a Distância - EaD, para cursos a distância e o Vestibular Especial, para cursos da modalidade de alternância, incluindo a Licenciatura Intercultural Indígena e a Licenciatura em Ciências da Natureza, com habilitação em Educação no Campo. Ademais, a interpretação do *briefing* identificará qual processo se trata e por consequência as referências.

Dourados - MS, 26 de janeiro de 2015.

Vander Soares Matoso  
Coordenador de Compras  
Presidente da CEL/Publicidade





SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
COORDENADORIA DE COMPRAS  
DIVISÃO DE COMPRAS



**TERMO DE ENCERRAMENTO DE VOLUME**

Aos dez dias do mês de fevereiro de dois mil e quinze, procedemos ao encerramento deste volume nº 01 do processo nº 23005.001235/2013-05, contendo 200 folhas numeradas manualmente, abrindo-se em seguida o volume nº 02.

Unidade: CCOMP/PRAD/RTR/UFGD

**TERMO DE ENCERRAMENTO DE VOLUME**

Aos dez dias do mês de fevereiro de dois mil e quinze, procedemos ao encerramento deste volume nº 01 do processo nº 23005.001235/2013-05, contendo 200 folhas numeradas manualmente, abrindo-se em seguida o volume nº 02.

Unidade: CCOMP/PRAD/RTR/UFGD



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS  
COORDENADORIA DE GESTÃO ORÇAMENTARIA E FINANCEIRA



**TERMO DE ENCERRAMENTO DE VOLUME**

Aos trinta e um dias do mês de janeiro do ano de dois mil e dezoito, procedemos ao encerramento do volume nº 1 do processo 23005.004536/2017-14, das folhas 1 a 199, abrindo-se em seguida o volume nº 2.