



# Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL

*Elétricos* Nº *2694*

de *18/10/22* PL

*Joyce*

Visto

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL

*Ueste* Nº *10.850*

de *19/10/22* PL

*Joyce*

Visto

TERMO ADITIVO 003 DO CONTRATO N.º 2019233/2019

TOMADA DE PREÇOS N.º 014/2019

Processo no LC nº 160 – Homologado no dia 22/10/2019.

**OBJETO:** Agenciamento.

Termo Aditivo ao Contrato, celebrado em 22/10/2019, entre o **MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO**, aqui representado pelo Prefeito, o Sr. Leomar Rohden, e a empresa **RAMOS & PAZINI LTDA**, já qualificados no contrato original, nos termos da solicitação formalizada pela Secretaria de Administração e Gabinete do Prefeito, acompanhado de parecer jurídico, ambos em anexo, passa a vigorar com as seguintes alterações:

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** Nos termos da Cláusula Terceira do contrato original, fica prorrogada a vigência do Contrato acima citado, para mais 12 (doze) meses, encerrando-se em 21 de Outubro de 2023.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** O contrato fica corrigido monetariamente em 7,19% conforme índice oficial do INPC dos últimos 12 meses, passando o valor mensal a ser R\$ 26.797,50 (vinte e seis mil setecentos e noventa e sete reais e cinquenta centavos) e o valor anual R\$ 321.570,00 (trezentos e vinte e um mil quinhentos e setenta reais).

**CLÁUSULA TERCEIRA:** Em comum acordo entre as partes, fica concedido o acréscimo de 25% no quantitativo do contrato, passando o valor mensal a ser R\$ 33.496,88 (trinta e três mil quatrocentos e noventa e seis reais e oitenta e oito centavos) e o valor anual R\$ 401.962,56 (quatrocentos e um mil novecentos e sessenta e dois reais e cinquenta e seis centavos).

**CLÁUSULA TERCEIRA:** As despesas decorrentes da execução do objeto deste Termo Aditivo correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

**02.000 – EXECUTIVO MUNICIPAL**

**02.001 - GABINETE DO PREFEITO**

**04.131.1050.2004 – MANUTENÇÃO DO SETOR IMPRENSA E COMUNICAÇÃO**

**3.3.90.39.88.00 – 293 – Serviços de Publicidade e Propaganda – Fonte 505**

**CLÁUSULA QUARTA:** As demais cláusulas e condições do contrato original, que não conflitarem com este, permanecerão inalteradas.



# Município de Pato Bragado

Estado do Paraná.

E assim, por estarem justos e acertados, assinam o presente Termo, em duas vias de igual teor e forma.

Pato Bragado - PR, em 18 de Outubro de 2022.

MUNICIPIO DE PATO  
BRAGADO:9571947  
2000105  
MUNICIPIO DE PATO  
BRAGADO:95719472000105  
Dados: 2022.10.18 10:37:15 -03'00'  
MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO - CONTRATANTE  
LEOMAR ROHDEN

RAMOS &  
PAZINI LTDA  
RAMOS & PAZINI LTDA - CONTRATADA  
SILMARA DENIZE PAZINI  
Assinado de forma digital por  
RAMOS & PAZINI LTDA  
Dados: 2022.10.18 11:07:51  
-03'00'



# Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

## PARECER JURÍDICO MUNICIPAL

Ementa: Análise jurídico-formal dos Processo Administrativo nº 2022/09/2771 que tem como objeto o requerimento de Aditivo de Prazo pelo período de 12 (doze) meses, reajuste e aditivo de 25% do CONTRATO N.º 2019233/2019, TOMADA DE PREÇOS N.º 014/2019

### PARECER JURÍDICO nº 201/2022

**CONSULENTE:** Gestora de Contratos – Departamento de Licitações e Contratos.

**PROCESSO ADMINISTRATIVO:** 2022/09/2771

**ASSUNTO:** Parecer Jurídico sobre a legalidade de formalizar termo aditivo de prorrogação da vigência do prazo contratual e aditivo de quantidade, referente ao CONTRATO N.º 2019233/2019, TOMADA DE PREÇOS N.º 014/2019

**RELATÓRIO:** A **CONSULENTE** encaminhou solicitação de parecer sobre a possibilidade de formalizar termo aditivo de prorrogação da vigência do prazo contratual por mais 12 (doze) meses, correção monetária, e acréscimo de 25% no seu quantitativo, referente ao contrato em epígrafe, em que é contratada a empresa **RAMOS & PAZINI LTDA**, cujo objeto trata da Contratação:

#### **CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO**

1 - Por disposição do presente contrato administrativo, a CONTRATADA compromete-se a prestar serviços de administração e gerenciamento dos serviços de publicidade, bem como elaboração de textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-PR, de acordo com as instruções constantes do Edital de Tomada de Preços nº 014/2019 e seus anexos.

1.1 - O objeto compreende, ainda:

- a) Planejamento, estudo, concepção, criação, execução interna, supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários;
- b) Elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;
- c) Realização de pesquisas de opinião pública e outras ações destinadas a orientar, subsidiar ou complementar os esforços publicitários, como, revistas, outdoors, som de rua, panfletos, folders e todo e qualquer serviço executado como órgão de publicidade e propaganda, no interesse do Município.

1.2 - Os serviços de concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

1.3 - Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município de Pato Bragado.

1.4 - Para fins deste Contrato, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção e de patrocínio.

1.5 - Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no item anterior o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de



# Município de Pato Bragado

## Estado do Paraná

### PARECER JURÍDICO MUNICIPAL

Ementa: Análise jurídico-formal dos Processo Administrativo nº 2022/09/2771 que tem como objeto o requerimento de Aditivo de Prazo pelo período de 12 (doze) meses, reajuste e aditivo de 25% do CONTRATO N.º 2019233/2019, TOMADA DE PREÇOS N.º 014/2019

divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

Consta justificativa para prorrogação ante ao devido cumprimento das obrigações pela contratada.

Consta justificativa para o aumento do quantitativo pela retomada de todas as campanhas previstas anteriormente à Pandemia da Covid 19 e o acréscimo das relativas à esta que seguem sendo necessárias.

O pedido acompanha motivação, justificativa, programação orçamentária, concordância da contratada com pedido de reajuste e documentos de habilitação.

Em resumo, é o relatório.

Momento em que os autos do processo administrativo vieram com vistas para parecer. Passo a analisar.

#### **FUNDAMENTOS:**

Trata-se de consulta sobre os aspectos jurídico-formais sobre a possibilidade de formalizar termo aditivo de prorrogação da vigência do prazo contratual por mais 12 (doze) meses, correção monetária e acréscimo de 25% no seu quantitativo de prestação de serviços contínuos do CONTRATO N.º 2019233/2019, TOMADA DE PREÇOS N.º 014/2019.

A Lei nº 8.666/93 disciplina o tema da prorrogação do prazo de contratos com a Administração realizados de forma contínua em seu artigo 57, inciso II, nos seguintes termos:

*Art. 57. A duração dos contratos regidos por esta Lei ficará adstrita à vigência dos respectivos créditos orçamentários, exceto quanto aos relativos:*

*II - à prestação de serviços a serem executados de forma contínua, que poderão ter a sua duração prorrogada por iguais e sucessivos períodos com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a administração, limitado a sessenta meses: (Redação dada pela Lei nº 9.648, de 1998) (grifo nosso)*

Nesse contexto, é necessário verificar se houve algum fato capaz de extinguir o ajuste, tal como a extrapolação do atual prazo de vigência do contrato. E nesse aspecto, temos que o presente contrato tinha vigência inicial de 12 (doze) meses, tendo sido firmado em 22 de outubro de 2019, com início de vigência a partir de sua assinatura:

#### **CLÁUSULA TERCEIRA - DO PRAZO**

3.1 - O prazo para a execução dos serviços é de 12 (meses), iniciando a partir da assinatura do Contrato.

3.2 - O prazo de vigência do contrato será de 12 (meses) meses a partir da data da assinatura do Contrato.

[...]



# Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

## PARECER JURÍDICO MUNICIPAL

Ementa: Análise jurídico-formal dos Processo Administrativo nº 2022/09/2771 que tem como objeto o requerimento de Aditivo de Prazo pelo período de 12 (doze) meses, reajuste e aditivo de 25% do CONTRATO N.º 2019233/2019, TOMADA DE PREÇOS N.º 014/2019

Há também possibilidade de prorrogação e de atualização financeira no referido contrato:

3.4 - O prazo de execução poderá ser alterado, de acordo com a aplicação do artigo 57, da Lei 8.666/93, principalmente por motivos de força maior ou caso fortuito, desde que conte com a expressa anuência do Contratante, podendo ainda, ser rescindido pelas partes a qualquer momento, desde que haja comunicação por escrito, com antecedência de trinta (30) dias. Os valores constantes da proposta vencedora poderão ser corrigidos anualmente pelos mesmos índices dos reajustes do Índice Nacional de Preços ao Consumidor - INPC, ou outro que o vier substituir.

O contrato conta com dois termos-aditivos que prorrogaram sua vigência até 21 de Outubro de 2022.

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** Nos termos da Cláusula Terceira do contrato original, fica prorrogada a vigência do Contrato acima citado, para mais 12 (doze) meses, encerrando-se em 21 de Outubro de 2022.

Portanto, o presente requerimento de aditivo de prorrogação de prazo foi realizado no período da vigência do respectivo termo e com a antecedência exigida. Desse modo, a prorrogação pretendida não acarreta a extrapolação do limite a que se refere o artigo 57, inciso II, antes descrito. Logo, não há óbice nesses aspectos à possibilidade de prorrogação do prazo do contrato.

Ademais, a Lei nº 8.666/1993 também exige que a dilatação de prazo seja expressamente justificada e aprovada pela autoridade competente (art. 57, § 2º).

Art. 57. A duração dos contratos regidos por esta Lei ficará adstrita à vigência dos respectivos créditos orçamentários, exceto quanto aos relativos: [...]

§ 2º Toda prorrogação de prazo deverá ser justificada por escrito e previamente autorizada pela autoridade competente para celebrar o contrato.

Em atenção, verifico que o pedido veio acompanhado da respectiva justificação e motivação, bem como o relatório da fiscalização, conforme solicitação em anexo.

Ademais, conforme informações vinculadas ao requerimento e documentos que acompanham o expediente, os contratados mantem-se aptos a contratar com a Administração.

Verifica-se a concordância da contratada, sendo requisito para prorrogação das contratações.

Quanto ao preço, verifica-se que há pedido de atualização do valor pelo INPC, na forma celebrada. Há informações de que o valor a ser pago mantem-se dentro dos valores de



# Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

## PARECER JURÍDICO MUNICIPAL

**Ementa:** Análise jurídico-formal dos Processo Administrativo nº 2022/09/2771 que tem como objeto o requerimento de Aditivo de Prazo pelo período de 12 (doze) meses, reajuste e aditivo de 25% do CONTRATO N.º 2019233/2019, TOMADA DE PREÇOS N.º 014/2019

**mercado, estando demonstrada a vantajosidade, economicidade e o respeito ao interesse público na continuidade da prestação do serviço pelos contratados.**

Desta forma, entendo como possível e regular a formalização da prorrogação do prazo por mais 12 meses e seu reajuste pelo INPC, vez que há possibilidade contratual para tanto.

Quanto ao pedido de aditivo de quantidade, temos o disposto pelo Art. 65 da Lei nº 8.666/1993 que rege o presente contrato, possibilita a alteração unilateral pela Administração dos contratos quando houver modificação do projeto ou suas especificação, todavia, conforme § 1º do mesmo Artigo, limitado a 25% do valor inicialmente contratado para obras:

Art. 65: Os contratos regidos por esta Lei poderão ser alterados, com as devidas justificativas, nos seguintes casos:

I - unilateralmente pela Administração:

- a) quando houver modificação do projeto ou das especificações, para melhor adequação técnica aos seus objetivos;
- b) quando necessária a modificação do valor contratual em decorrência de acréscimo ou diminuição quantitativa de seu objeto, nos limites permitidos por esta Lei;

§ 1º O contratado fica obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nas obras, serviços ou compras, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, e, no caso particular de reforma de edifício ou de equipamento, até o limite de 50% (cinquenta por cento) para os seus acréscimos.

O presente contrato conta com 02 (dois) termos aditivos, sendo que não houve aditivo de quantidade até o momento, somente prorrogou-se sua vigência.

Verifica-se que o valor a ser acrescido está dentro da limitação prevista pelo Art. 65 da Lei nº 8.666/1993, está aquém do limite previsto pelo Art. 65, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

Importante destacar que valores suprimidos e adicionados os quais não são passíveis de compensação entre si, conforme entendimento do TCU<sup>1</sup>.

Ainda, verifico que o pedido veio acompanhado da respectiva justificação e motivação por meio de documentação do veículo que é de propriedade da Administração.

Destaco que, quanto às justificativas técnicas, conforme o caso, não estão na seara da Procuradoria avaliá-las ou emitir juízo sobre a necessidade de prorrogar o ajuste,

<sup>1</sup> Acórdão 1536/2016-Plenário. DATA DA SESSÃO 15/06/2016. RELATOR BRUNO DANTAS.



# Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

## PARECER JURÍDICO MUNICIPAL

Ementa: Análise jurídico-formal dos Processo Administrativo nº 2022/09/2771 que tem como objeto o requerimento de Aditivo de Prazo pelo período de 12 (doze) meses, reajuste e aditivo de 25% do CONTRATO N.º 2019233/2019, TOMADA DE PREÇOS N.º 014/2019

pois essa tarefa envolve aspectos de caráter eminentemente técnicos, além de ponderação de conveniência e oportunidade. São, portanto, de competência exclusiva da Administração.

Cumpra, porém, alertar que a "teoria dos motivos determinantes" preconiza que os atos administrativos, quando motivados, ficam vinculados aos motivos expostos, para todos os efeitos.

Já quanto às justificativas técnicas, não está na seara da Procuradoria avaliá-las ou emitir juízo sobre a necessidade de prorrogar o ajuste, pois essa tarefa envolve aspectos de caráter eminentemente técnicos, além de ponderação de conveniência e oportunidade. São, por isso, de competência exclusiva da Administração.

### CONCLUSÃO:

Fica demonstrado o interesse da Administração na continuidade dos serviços e a aprovação formal pela autoridade competente e a necessidade de aumento no quantitativo contratado. Portanto, tratando-se de objeto de prestação de serviço de natureza contínua e permanente, ou seja, está sempre posto à disposição da Administração Pública e prestado conforme a sua necessidade, no qual há previsão legal e contratual admitindo a possibilidade de prorrogação, bem como há prestação regular dos serviços até o momento, entendendo que não há óbice à prorrogação do contrato.

### PARECER:

Diante do exposto, sob os aspectos estritamente jurídicos, ressalvados os aspectos técnicos e financeiros, bem como a conveniência e a oportunidade, tendo por intuito exclusivo assistir a autoridade administrativa no controle interno da legalidade dos atos administrativos, esta Procuradoria, OPINA FAVORAVELMENTE a formalização de termo aditivo de prorrogação de prazo de vigência contratual, estendendo-se por mais 12 (doze) meses, concedendo o reajuste contratualmente previsto e um acréscimo de 25% no quantitativo do CONTRATO N.º 2019233/2019, TOMADA DE PREÇOS N.º 014/2019, celebrado entre o MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO e RAMOS & PAZINI LTDA, condicionada sempre à disponibilidade orçamentária.

Este é o parecer.

Pato Bragado – PR, 13 de outubro de 2022.

  
Letícia Mantovani de Paula  
Procuradora Municipal

Portaria de nomeação nº 092 de 17 de fevereiro de 2022  
OAB/PR 89.015



# Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

Ofício Nº 001/2022

Pato Bragado - PR, em 23 de setembro de 2022.

Ao Gabinete Municipal  
Poder Executivo de Pato Bragado – PR


Assunto: Solicita aditivo de valor no contrato 2019233/2019

Diante do vencimento do prazo de vigência do contrato de agenciamento nº 2019233/2019 com a empresa Ramos & Pazini Ltda, previsto para 22 de outubro de 2022, solicito novamente prorrogação do prazo de vigência do Contrato, bem como aditivo de valor correspondente à 25% do valor atual do contrato, passando dos atuais R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais) mensal, para até R\$ 31.250,00 (trinta e um mil e quinhentos reais) mensal.

Solicitamos este aditivo no valor, nesta nova vigência do contrato, mediante as seguintes razões:

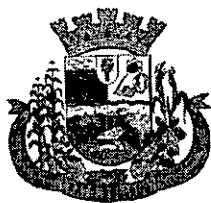
- 1) A Lei Federal nº 8.666/1993, em seu Artigo 57, Inciso II, informa que a duração dos contratos regidos por esta Lei ficará adstrita à vigência dos respectivos créditos orçamentários, exceto quanto aos relativos: à prestação de serviços a serem executados de forma contínua, que poderão ter a sua duração prorrogada por iguais e sucessivos períodos com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a administração, limitada a sessenta meses. (Redação dada pela Lei nº 9.648, de 1998).
- 2) O avanço da vacinação e a conseqüente diminuição significativa dos casos de Covid-19, possibilita a retomada de todos os eventos, inclusive festas de renome nacional e regional como a Festa Nacional do Cupim Assado e a Oktoberfest que exigem ampla divulgação já que ofertam atrativos e programações para todos os públicos e idades. Além disso, todas as campanhas preventivas e informativas retornaram e novas programações são organizadas.  
**2.1 Com todas estas campanhas vigentes, e eventos sendo retomados, não podemos deixar de realizar as campanhas de prevenção e vacinação impostas diante da então Pandemia do COVID 19, assunto novo não previsto no ato da assinatura deste Contrato**
- 3) A empresa vem executando os serviços satisfatoriamente e em plena concordância com o Processo Licitatório, mantendo toda a regularidade fiscal e trabalhista em situação regular, conforme certidões que seguem em anexo, cumprindo desta forma o contrato em todas as suas cláusulas e condições.
- 4) Assim como o setor de Imprensa e Comunicação a Ramos & Pazini promove o relacionamento entre os órgãos do Governo Municipal e a imprensa, e organiza meios rápidos e práticos de acesso e controle das estratégias da informação.

Aguardamos deferimento. Sem mais para o momento, subscrevo-me atenciosamente,

  
Marili Besso Koehler  
Agente de Administração

**DEFERIDO**  
  
LEOMAR RÖHDÉN  
CPF 550.079.379-91  
PREFEITO





# Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

## CAPA DE PROCESSO

No.Processo : 2022/09/002771  
Data Protoc.: 19/09/22  
Requerente : NEIVA ANGELE MUNDT BRESSAN - SECRETARIA GABINETE  
CPF.....: 822.208.329-53  
Assunto.....: ADMINISTRAÇÃO  
Subassunto.: OUTROS ASSUNTOS  
Logradouro : Avenida Willy Barth  
Complem. ....  
Fone.....: 45 3282-1355  
Cep.....: 85948000

Sumula: SOLICITA ADITIVO CONTRATUAL;  
REFERENTE AO CONTRATO : 2019233/2019 - TOMADA DE PREÇOS Nº 14/2019;  
CONTRATADA: RAMOS & PAZINI LTDA;  
PRAZO POR MAIS 12 MESES;  
CONFORME SOLICITAÇÃO E DOCUMENTOS EM ANEXO.

Data Aprovação: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

DATA	DESTINO
19/09/2022	Solicitação [Assinatura]

Assinatura Requerente

2022/09/002771      Data: 19/09/2022  
17-PROTOCOLO      Hora: 11:15:54  
Assunto.....: 005-ADMINISTRAÇÃO  
Subassunto.: 008-OUTROS ASSUNTOS  
Requerente.: NEIVA ANGELE MUNDT BRESSAN  
CPF/CNPJ...: 82220832953  
SUMULA:  
SOLICITA ADITIVO CONTRATUAL; REFERENTE  
E AO CONTRATO : 2019233/2019 - TOMADA  
DE PREÇOS Nº 14/2019; CONTRATADA: RAMOS & PAZINI LTDA



# Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

## SOLICITAÇÃO DE ADITIVO CONTRATUAL

**DE:** GABINETE DO PREFEITO

**PARA:** GESTORA GERAL DE CONTRATOS, Secretaria Municipal de Administração/Departamento de Compras e Licitações.

**Referente ao contrato: 2019233/2019 – TOMADA DE PREÇOS Nº 14/2019**

Objeto: Prestação de serviços de administração e gerenciamento dos serviços de publicidade, bem como elaboração de textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-Pr.

Contratada: RAMOS & PAZINI LTDA

CNPJ: **10.598.778/0001-06**

Início de Vigência: 22/10/2019 Término de Vigência: 21/10/2022

ADITIVO DE PRAZO, POR MAIS ( 12 ) MESES.

ADITIVO DE ACRÉSCIMO, CORRESPONDENTE À: **25% do valor atual do contrato.**

ADITIVO DE SUPRESSÃO, CORRESPONDENTE À: R\$ \_\_\_\_\_.

REAJUSTE/REEQUILIBRIO  REPACTUAÇÃO  QUANTITATIVO

**ITENS/SERVIÇOS A SEREM ADITIVADOS:**

Prestação de serviços de administração e gerenciamento dos serviços de publicidade, bem como elaboração de textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-Pr.

**RELATÓRIO DE FISCALIZAÇÃO:**

A empresa vem executando os serviços satisfatoriamente e em plena concordância com o Processo Licitatório, mantendo toda a regularidade fiscal e trabalhista em situação regular, cumprindo desta forma o contrato em todas as suas cláusulas e condições, não havendo a necessidade de realização de um novo procedimento licitatório por esta Prefeitura para a contratação dos mesmos serviços nas mesmas condições, sempre visando o princípio da economicidade e qualidade.

**JUSTIFICATIVA/MOTIVAÇÃO PARA PRORROGAÇÃO:**



# Município de Pato Bragado

## Estado do Paraná

Considerando que de acordo com o art. 57 da Lei 8.666/93 admite-se prorrogação aos contratos;

Considerando tratar de objeto de prestação de serviços de natureza contínua e permanente, onde está sempre a disposição da Administração Pública e prestado conforme a necessidade;

Considerando que há interesse expresso da Contratada em prorrogar, bem como interesse da Administração na continuidade dos serviços prestados.

Nestas condições citadas, solicita-se assim a prorrogação do contrato.

### PROGRAMAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

As despesas decorrentes da celebração do Termo Aditivo deste contrato serão suportadas pelas dotações orçamentárias constantes abaixo:

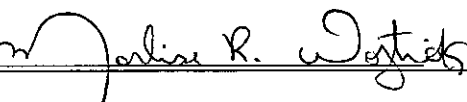
02.001 – GABINETE DO PREFEITO

04.123.1050.2.011 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

3.3.90.39.88.00.00 – 293 – – FONTE 505

Nome do Fiscal do Contrato: MARLISE ROSANE WOJTIOK

CPF: 056.981.429-47 e-mail: marlise@patobragado.pr.gov.br

Assinatura: 

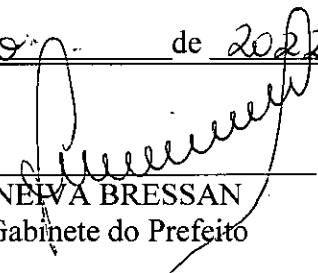
Nome do Gestor do Contrato: \_\_\_\_\_

CPF: 059.536.049-12 e-mail: \_\_\_\_\_

Assinatura:  Recebido em: 19/09/22

### DATA DA SOLICITAÇÃO DO ADITIVO:

Pato Bragado, 19 de setembro de 2022

  
NEIVA BRESSAN  
Gabinete do Prefeito

## DECLARAÇÃO

Eu, Silmara Pazini, CPF: 035.370.629-90 e RG. 8.513.44.4 declaro para os devidos fins que temos interesse em renovar o contrato que a empresa Ramos & Pazini Ltda. CNPJ:10.598.778/0001-06, possui com o município de Pato Bragado. E solicito também, o reajuste pelo INPC para adequar os valores.

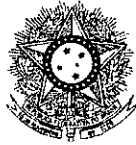
Marechal Cândido Rondon, 16 de Setembro de 2022

Sem mais a declarar.

*Silmara Pazini*

Silmara Pazini

Sócia Proprietária da Ramos & Pazini Ltda.  
CNPJ: 10.598.778/0001-06



PODER JUDICIÁRIO  
JUSTIÇA DO TRABALHO

### **CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS TRABALHISTAS**

Nome: RAMOS & PAZINI LTDA (MATRIZ E FILIAIS)

CNPJ: 10.598.778/0001-06

Certidão nº: 53892108/2022

Expedição: 05/08/2022, às 07:54:08

Validade: 11/01/2023 - 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de sua expedição.

Certifica-se que RAMOS & PAZINI LTDA (MATRIZ E FILIAIS), inscrito(a) no CNPJ sob o nº 10.598.778/0001-06, NÃO CONSTA do Banco Nacional de Devedores Trabalhistas.

Certidão emitida com base no art. 642-A da Consolidação das Leis do Trabalho, acrescentado pela Lei nº 12.440, de 7 de julho de 2011, e na Resolução Administrativa nº 1470/2011 do Tribunal Superior do Trabalho, de 24 de agosto de 2011.

Os dados constantes desta Certidão são de responsabilidade dos Tribunais do Trabalho e estão atualizados até 2 (dois) dias anteriores à data da sua expedição.

No caso de pessoa jurídica, a Certidão atesta a empresa em relação a todos os seus estabelecimentos, agências ou filiais.

A aceitação desta certidão condiciona-se à verificação de sua autenticidade no portal do Tribunal Superior do Trabalho na Internet (<http://www.tst.jus.br>).

Certidão emitida gratuitamente.

#### **INFORMAÇÃO IMPORTANTE**

Do Banco Nacional de Devedores Trabalhistas constam os dados necessários à identificação das pessoas naturais e jurídicas inadimplentes perante a Justiça do Trabalho quanto às obrigações estabelecidas em sentença condenatória transitada em julgado ou em acordos judiciais trabalhistas, inclusive no concernente aos recolhimentos previdenciários, a honorários, a custas, a emolumentos ou a recolhimentos determinados em lei; ou decorrentes de execução de acordos firmados perante o Ministério Público do Trabalho ou Comissão de Conciliação Prévia.

Voltar

Imprimir



## **Certificado de Regularidade do FGTS - CRF**

**Inscrição:** 10.598.778/0001-06

**Razão Social:** RAMOS E PAZINI LTDA

**Endereço:** R OCTAVIO LIVI 393 / BOA VISTA / MARECHAL CANDIDO RONDON / PR /  
85960-000

A Caixa Econômica Federal, no uso da atribuição que lhe confere o Art. 7, da Lei 8.036, de 11 de maio de 1990, certifica que, nesta data, a empresa acima identificada encontra-se em situação regular perante o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.

O presente Certificado não servirá de prova contra cobrança de quaisquer débitos referentes a contribuições e/ou encargos devidos, decorrentes das obrigações com o FGTS.

**Validade:** 06/10/2022 a 04/11/2022

**Certificação Número:** 2022100600522445789947

Informação obtida em 18/10/2022 08:56:58

A utilização deste Certificado para os fins previstos em Lei esta condicionada a verificação de autenticidade no site da Caixa:  
**[www.caixa.gov.br](http://www.caixa.gov.br)**



**MINISTÉRIO DA FAZENDA**  
**Secretaria da Receita Federal do Brasil**  
**Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional**

**CERTIDÃO POSITIVA COM EFEITOS DE NEGATIVA DE DÉBITOS RELATIVOS AOS TRIBUTOS  
FEDERAIS E À DÍVIDA ATIVA DA UNIÃO**

**Nome: RAMOS & PAZINI LTDA**  
**CNPJ: 10.598.778/0001-06**

Ressalvado o direito de a Fazenda Nacional cobrar e inscrever quaisquer dívidas de responsabilidade do sujeito passivo acima identificado que vierem a ser apuradas, é certificado que:

1. constam débitos administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) com exigibilidade suspensa nos termos do art. 151 da Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966 - Código Tributário Nacional (CTN), ou objeto de decisão judicial que determina sua desconsideração para fins de certificação da regularidade fiscal, ou ainda não vencidos; e
2. constam nos sistemas da Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN) débitos inscritos em Dívida Ativa da União (DAU) com exigibilidade suspensa nos termos do art. 151 do CTN, ou garantidos mediante bens ou direitos, ou com embargos da Fazenda Pública em processos de execução fiscal, ou objeto de decisão judicial que determina sua desconsideração para fins de certificação da regularidade fiscal.

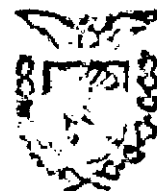
Conforme disposto nos arts. 205 e 206 do CTN, este documento tem os mesmos efeitos da certidão negativa.

Esta certidão é válida para o estabelecimento matriz e suas filiais e, no caso de ente federativo, para todos os órgãos e fundos públicos da administração direta a ele vinculados. Refere-se à situação do sujeito passivo no âmbito da RFB e da PGFN e abrange inclusive as contribuições sociais previstas nas alíneas 'a' a 'd' do parágrafo único do art. 11 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991.

A aceitação desta certidão está condicionada à verificação de sua autenticidade na Internet, nos endereços <<http://rfb.gov.br>> ou <<http://www.pgfn.gov.br>>.

Certidão emitida gratuitamente com base na Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751, de 2/10/2014.  
Emitida às 09:01:40 do dia 05/08/2022 <hora e data de Brasília>.  
Válida até 19/02/2023.

Código de controle da certidão: **AF8B.763F.6E4F.4CC2**  
Qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.



## Certidão Negativa

de Débitos Tributários e da Dívida Ativa Estadual  
Nº 027525178-67

Nome: CNPJ NÃO CONSTA NO CADASTRO DE CONTRIBUINTES DO ICMS/PR  
Certidão fornecida para o CNPJ/MF: 10.598.778/0001-08

Respeitando o direito da Fazenda Pública Estadual inscrever e cobrar débitos ainda não registrados ou que venham a ser apurados, certificamos que, verificando os registros da Secretaria de Estado da Fazenda, constatamos não existir pendências em nome do contribuinte acima identificado, nesta data.

Obs.: Esta Certidão coghe todos os estabelecimentos da empresa e refere-se a débitos de natureza tributária e não tributária, bem como ao descumprimento de obrigações tributárias acessórias.

Válida até 16/12/2022 - Fomento Gratuito

A autenticidade desta certidão deverá ser confirmada via internet  
[www.fazenda.pr.gov.br](http://www.fazenda.pr.gov.br)





**MUNICÍPIO DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**SECRETARIA MUNICIPAL DA FAZENDA**

**CERTIDÃO NEGATIVA DE TRIBUTOS MUNICIPAIS**  
**Nº 16720/2022**

**CONTRIBUINTE**

**Autenticidade:**

WGT211206-000-  
GDEVBLXFXWNGJP-9

Requerente:

Contribuinte RAMOS & PAZINI LTDA

3037223

CNPJ/CPF: 10.598.778/0001-06

Endereço: RUA OCTÁVIO LIVI

393

Cidade: Marechal Cândido Rondon

PR

**FINALIDADE**

COMPROVAÇÃO PRÓPRIA

**INF. ADICIONAIS**

CERTIFICO, para os devidos fins, que de conformidade com as informações prestadas pelos Órgãos competentes desta Prefeitura, sobre o Contribuinte, **NÃO CONSTAM DÉBITOS** referentes a Tributos Municipais, vencidos, inscritos ou não em Dívida Ativa, até a presente data.

Ressalvado o direito da Fazenda Municipal cobrar inscrever quaisquer dívidas sobre o contribuinte acima identificado que vierem a ser apuradas.

A presente CERTIDÃO é válida sem rasuras por 60(sessenta) dias.



**MARECHAL CÂNDIDO RONDON, 30 de agosto de 2022.**

WGT211206-000-GDEVBLXFXWNGJP-9

Emitido por

Rua Espírito Santo, 777 - Fone/Fax (045) 3284-8828 - Centro - CEP 85960-000 - Marechal Cândido Rondon - PR  
Home-page: [www.mcr.pr.gov.br](http://www.mcr.pr.gov.br)



**Presidência da República**  
**Casa Civil**  
**Subchefia para Assuntos Jurídicos**

**LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010.**

Mensagem de veto

(Vide Lei nº 14.133, de 2021)

Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA** Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

**CAPÍTULO I**

**DISPOSIÇÕES GERAIS**

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 1º Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo.

§ 2º As Leis nºs 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1993, serão aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta Lei, de forma complementar.

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integramente 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, 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.

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4º Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

Art. 3º As pesquisas e avaliações previstas no inciso I do § 1º do art. 2º desta Lei terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

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

Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

§ 2º A agência contratada nos termos desta Lei só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem dos seus clientes, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada.

**CAPÍTULO II**

**DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

Art. 5º As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

III - a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

IV - o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

VIII - serão fixados 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";

IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

X - para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o art. 8º desta Lei, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

XI - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria

do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

§ 1º No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, 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 reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

§ 2º Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei.

Art. 7º O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º desta Lei será composto dos seguintes quesitos:

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

Art. 8º O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

Art. 9º As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas 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 as demais informações integrantes da proposta técnica.

§ 1º O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

§ 2º A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

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 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.

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

§ 1º Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

§ 2º Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente ou especial se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

§ 3º A comissão permanente ou 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.

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

IX - abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto nos incisos II, III e IV do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, nas licitações do tipo "melhor técnica", e ao disposto no § 2º do art. 46 da mesma Lei, nas licitações do tipo "técnica e preço";

X - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XI - convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XII - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIII - decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo 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 21 de junho de 1993;

XIV - reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII deste artigo, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º desta Lei.

Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4º do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

### CAPÍTULO III

#### DOS CONTRATOS DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E DA SUA EXECUÇÃO

Art. 13. A definição do objeto do contrato de serviços previstos nesta Lei e das cláusulas que o integram dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório da licitação e aos termos da legislação em vigor.

Parágrafo único. A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

Art. 14. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º desta Lei.

§ 1º O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

§ 2º No caso do § 1º deste artigo, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

§ 3º 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 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no §

2º deste artigo.

Art. 15. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

Parágrafo único. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou replicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

Art. 16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

Art. 17. As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

### CAPÍTULO IV

#### DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 18. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no parágrafo único do art. 15 desta Lei.

§ 1º A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no caput deste artigo, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

§ 2º As agências de propaganda não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses dos contratantes, preferindo 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.

§ 3º O desrespeito ao disposto no § 2º deste artigo constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 19. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

Parágrafo único. ~~(VETADO)~~

Art. 20. O disposto nesta Lei será aplicado subsidiariamente às empresas que possuem regulamento próprio de contratação, às licitações já abertas, aos contratos em fase de execução e aos efeitos pendentes dos contratos já encerrados na data de sua publicação.

Art. 20-A. A contratação de serviços de comunicação institucional, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, deverá observar o disposto no art. 5º desta Lei. (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

§ 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo à contratação dos serviços direcionados ao planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional. (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

§ 2º O disposto no caput e no § 1º deste artigo não abrange a contratação de espaços publicitários e de mídia ou a expansão dos efeitos das mensagens e das ações de comunicação, que observarão o disposto no caput do art. 2º desta Lei. (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

§ 3º O disposto no caput não exclui a possibilidade de os serviços descritos no caput e no § 1º deste artigo serem prestados pelos servidores dos respectivos órgãos e entidades da administração pública. (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

Art. 20-B. Para fins desta Lei, os serviços de comunicação institucional compreendem os serviços de relações com a imprensa e de relações públicas, assim definidos: (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

I - relações com a imprensa: ação que reúne estratégias organizacionais para promover e reforçar a comunicação dos órgãos e das entidades contratantes com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa; e (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

II - relações públicas: esforço de comunicação planejado, coeso e contínuo que tem por objetivo estabelecer adequada percepção da atuação e dos objetivos institucionais, a partir do estímulo à compreensão mútua e da manutenção de padrões de relacionamento e fluxos de informação entre os órgãos e as entidades contratantes e seus públicos de interesse, no Brasil e no exterior. (Incluído pela Lei nº 14.356, de 2022)

Art. 21. Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e na lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública, inclusive quando for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da administração pública.

Art. 22. Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

Brasília, 29 de abril de 2010; 189<sup>º</sup> da Independência e 122<sup>º</sup> da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA  
*Luiz Paulo Teles Ferreira Barreto*

Este texto não substitui o publicado no DOU de 30.4.2010

Índice	Período	No mês	12 meses
IPCA - %	set/22	-0,29	7,17
INPC - %	set/22	-0,32	7,19
IPCA-15 - %	set/22	-0,37	7,96
IPC Fipe - %	set/22	0,12	8,20
IGP-M - %	set/22	-0,95	8,25
IGP-DI - %	set/22	-1,22	7,94
IGP-10 - %	set/22	-0,90	8,24

Fontes: IBGE, Fipe e FGV. Elaboração: Valor Data