



# ASSEMBLEIA LEGISLATIVA

MATO GROSSO DO SUL

Palácio Guaicurus  
Avenida Desembargador José Nunes da Cunha  
Jardim Veraneio – Parque dos Poderes – Bloco 09  
Campo Grande / MS – CEP: 79.031-901  
Tel.: (67)3389.6565 – CNPJ: 03.979.390/0001-81  
www.al.ms.leg.br

000004

## ESTUDO PRELIMINAR PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE A SER PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA

Compreendendo um conjunto de atividades a serem realizadas integradamente e que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

### 1. INTRODUÇÃO

1.1 Trata-se de prestação de serviço técnico especializado, de cunho intelectual na recepção da demanda, por meio de um briefing (situação problema) que irá estabelecer em proposta de atendimento, por meio de uma concepção de resolução a situação problema e apresentando uma estimativa dos custos de criação e produção. Em conformidade com o contido na Lei nº 12.232/2010.

1.2 Todo rito no atendimento e prestação de serviço, estão contidos na Lei nº 4.680/1965, Decreto nº 57.690/1966 e Lei nº 12.232/2010, sendo contemplado ainda a tabela de valores referenciais do Sindicato das Agências de Propagandas de MS - SINAPRO MS.

### 2. NORMATIVOS DISCIPLINADORES DOS SERVIÇOS

- 2.1 Lei 12.232/2010;
- 2.2 Lei 8.666/1993, subsidiariamente;
- 2.3 Lei 4.680/1964;
- 2.4 Decreto Federal Nº 57.690/ 1966;
- 2.5 Decreto Federal Nº 4.563/2002



**2.6** Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, previsto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

### **3. CONTRATAÇÃO ANTERIOR**

**3.1** Em 2015 na Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso do Sul ALEMS, foi realizada licitação na modalidade Concorrência para contratação de empresa de publicidade, para o atendimento da conta da ALEMS. No transcorrer da contratação e suas prorrogações, finda o prazo contratual em 27/10/2021, sendo necessária a licitação de contratação de empresa de Publicidade e Propaganda.

**3.2** Os trabalhos realizados ocorreram a contento, atendendo as normas e ao contrato. Sendo necessária a continuidade.

**3.3** A empresa a ser contratada será obrigada a atender as normas do CENP no quesito qualificação técnica e ainda, atender as exigências contratuais de regularidade fiscal, da agência e do terceiro fornecedor.

### **4. CLASSIFICAÇÃO QUANTO AO ACESSO**

**4.1** Nos termos da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e das normas do Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP.

### **5. NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

**5.1** É necessário que a Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso do Sul faça divulgação de suas ações e chegue ao público alvo, residente no Estado de Mato Grosso do Sul, convocando a população para campanhas, por exemplo de



# ASSEMBLEIA LEGISLATIVA

MATO GROSSO DO SUL

Palácio Guaicurus

000606  
Avenida Desembargador José Nunes da Cunha  
Jardim Veraneio – Parque dos Poderes – Bloco 09  
Campo Grande / MS – CEP: 79.031-901  
Tel.: (67)3389.6565 – CNPJ: 03.979.390/0001-81  
www.al.ms.leg.br

vacinação, sensibilizando para os cuidados com a saúde, educação, segurança, entre outros.

Tal divulgação se faz necessário à contratação de serviços de publicidade a ser prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo um conjunto de atividades necessárias, de cunho técnico e de natureza especializada, quais sejam:


- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

## 6. REFERÊNCIA AOS INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO

6.1 O presente levantamento está de acordo com a programação anual da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso do Sul, onde deverá dar continuidade às ações programadas em cada secretaria e outras, vinculadas a ALEMS. As ações se referem ao atingimento das metas de gestão, aproximando à população as atividades planejadas pela ALEMS, convocando a sociedade e fazendo a entrega das ações realizadas.

## 7. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

7.1. O certame de licitação, deverá ser organizado em conformidade com os preceitos da Lei nº 12.232/2010 no que couber a Lei nº 8.666/1993, são etapas





específicas com entrega de 5 (cinco), envelopes, sendo o **primeiro** não identificado (plano de comunicação); o **segundo** capacidade de atendimento da empresa ao objeto a ser contratado; o **terceiro** (plano de comunicação) identificado, para se fazer em dada posterior a identificação da empresa concorrente; o **quarto** envelope a proposta de preço e o **quinto** habilitação, apenas para empresas qualificadas/classificadas.

As empresas participantes deverão estar qualificadas em conformidade com a Lei nº 12.232/2010 em especial ao previsto no § 1º do art. 4º.

Nos anos que sucederam a promulgação da Lei 12.232/2010, os mecanismos de contratação tiveram inúmeras sugestões dos tribunais e órgãos de fiscalização. Está contemplado na solicitação a monitoramento e checagem de mídia, que é a confirmação da veiculação do objeto contratado, por empresa independente.

Em havendo o empate entre as empresas participantes, aplica-se o contido na Lei 12.232/2010 para desempatar, antes do sorteio, estabelecido na Lei 8.666/93.

A contratação trata de criação, compreensão e elaboração de sugestões estratégicas de comunicação com o público alvo (publicidade), o valor está diretamente relacionado à criação e assessoria na produção, desta forma, tem-se utilizado uma indicação de desconto do valor da tabela.

O valor estimado para 12 (doze) meses será de R\$ 16.000.000,00 (dezesesseis milhões de reais).

## 8. JUSTIFICATIVA

**8.1.** A contratação dos serviços, elencados justifica-se no atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir idéias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas.



Realizar campanhas institucionais junto à população no chamamento ou de sensibilizar da importância de utilizar os serviços disponíveis de prevenção, orientação e obrigações.

Dessa forma, justifica-se a contratação de serviços de publicidade no seu amplo aspecto de comunicação institucional e de interação com a população em geral do Estado de Mato Grosso do Sul.

Considerando as diversidades no atendimento, é necessária a qualificação e contratação de uma empresa.

É necessário atender o Art. 5º da Lei 12.232/2010, que estabelece a obrigação na escolha da modalidade de licitação, devendo definir a modalidade estabelecida no Art. 22º da Lei no 8.666/93, e ainda, obrigatoriamente ser definida o tipo de licitação de “melhor técnica” ou “técnica e preço”. No caso em tela, será adotada a modalidade Concorrência Pública do tipo melhor Técnica e Preço.

Deverá ainda, atender o especificado no Art. 6º da Lei 12.232/2010, que indica a obrigação de seguir o contido no Art. 40º da Lei 8666/93, na elaboração do edital de licitação e suas exigências.

## **9. DURAÇÃO INICIAL DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS:**

**9.1** A referida contratação terá a vigência inicial de **12 (doze) meses**, podendo ser prorrogado, a contar da data de sua assinatura ou da publicação no Diário Oficial da ALEMS.

## **10. ESTIMATIVAS E AVALIAÇÃO TÉCNICA**

**10.1** A composição dos pontos **Nota Técnica - NT**, será avaliação objetiva do Plano de Comunicação Publicitária, que terá no máximo 70 (setenta) pontos e do Conjunto de Informações que terá no máximo 30 (trinta) pontos, ao final da avaliação



# ASSEMBLEIA LEGISLATIVA

MATO GROSSO DO SUL

Palácio Guaicurus  
Avenida Desembargador José Nunes da Cunha  
Jardim Veraneio – Parque dos Poderes – Bloco 09  
Campo Grande / MS – CEP: 79.031-901  
Tel.: (67)3389.6565 – CNPJ: 03.979.390/0001-81  
www.al.ms.leg.br

000609

pelo subcomissão técnica, irá elaborar ATA com a classificação das empresas, em conformidade com o Edital e a Lei 12.232/2010. A Nota Técnica irá compor a média ponderada para apuração da classificação das empresas.

QUESITOS	SUBQUESITOS	
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico	10
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25
	III. Ideia Criativa	25
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
	<b>Subtotal</b>	<b>70</b>
2. Capacidade de Atendimento	I. Capacidade Atendimento	15
	II. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	15
	<b>Total</b>	<b>100</b>

## 11. LEVANTAMENTO DE MERCADO E JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DO TIPO E SOLUÇÃO A CONTRATAR

11.1 As empresas para estar aptas as atividades de publicidade e propaganda, necessita estar qualificada, desta forma, para garantia a qualidade dos serviços a serem fornecidos pelas empresas a participante, deverá possuir o Certificado de Qualificação técnica de funcionamento instituído pela Lei Federal nº 12.232/2010, o que já está pacificado, entre as empresas do setor. Consta no Art.º 4º, § 1º:

*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.*

O Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, indicado na Lei nº 12.232/2010, regulamenta o relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, frente à lei nº 4.680/65 e aos decretos nº 57.690/66 e 4.563/02.

**11.2.** A diversidade no atendimento da conta da Assembleia Legislativa de MS é necessária a qualificação e contratação de mais de uma empresa, pulverizando o atendimento. Em atenção ao Art. 5º da Lei 12.232/2010, que estabelece a obrigação na escolha da modalidade de licitação, devendo definir a modalidade estabelecida no Art. 22º da Lei no 8.666/93, e ainda, obrigatoriamente ser definida o tipo de licitação de “melhor técnica” ou “técnica e preço”. No caso em tela, será adotada a modalidade Concorrência Pública do tipo melhor Técnica e Preço, sendo elaborado em conformidade ao atendimento especificado no Art. 6º da Lei 12.232/2010, que indica a obrigação de seguir o contido no Art. 40º da Lei 8666/93, na elaboração do edital de licitação e suas exigências.

## **12. ESTIMATIVAS DE PREÇOS OU PREÇOS REFERENCIAIS**

**12.1** Trata-se de prestação de serviço técnico especializado, de cunho intelectual na recepção da demanda, por meio de um briefing (situação problema) que irá estabelecer em proposta de atendimento, por meio de uma concepção de resolução a situação problema e apresentando uma estimativa dos custos de criação e produção. Em conformidade com o contido na Lei nº 12.232/2010.

**12.2** Todo rito no atendimento e prestação de serviço, estão contidos na Lei nº 4.680/1965, Decreto nº 57.690/1966 e Lei nº 12.232/2010, sendo contemplado ainda a tabela de valores referenciais do Sindicato das Agências de Propagandas de MS - SINAPRO MS.



- 12.3** Considerando que a modalidade escolhida será Concorrência do tipo Melhor Técnica e Preço, atendendo ao requerido no Art. 46, § 2º, inciso II, - a classificação dos proponentes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos preestabelecidos no instrumento convocatório.
- 12.4** Para julgamento da proposta de preço, será estabelecido critério de pontos, onde quanto maior for o desconto, oferecido pela empresa participante, maior sua pontuação, a classificação das propostas de preços será feita mediante a aplicação do critério de julgamento do menor preço, conforme previsto no § 2º, incisos I e II, do artigo 46, da Lei nº 8.666/93, em obediência ao inciso IX, do § 4º, do artigo 11, da Lei 12.232/10, considerando um máximo de 100 (cem) pontos.
- 12.5** A remuneração de agência de publicidade, possui critérios em legislação vigente e os critérios de redução de valor, com margem de redução aceitáveis e prevista na legislação. São algumas possibilidade de remuneração, na criação de campanha, valores contidos na tabela do SINAPROMS, e com base no valor da tabela, o edital estabelecerá as possibilidade do desconto, em até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul em até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (um ponto para cada 1% - um por cento - de desconto entre 11% até 30% e mais dois pontos para cada 1% de desconto entre 31 a 50% de desconto, do valor da tabela).
- 12.6.** Até 40 (quarenta) pontos para os menores honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão (conforme a tabela do subitem 10.3.1 alínea b).
- 12.7.** Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no edital, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras empresas licitantes.
- 12.8.** A avaliação da Proposta de Preços será pelo máximo de 100 (cem) pontos. Na avaliação da proposta de preços será atribuída pontuação em seus itens através dos





seguintes critérios:

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

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

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

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

Percentual de taxa cobrança	Critério	Pontuação aferida
15%	Zero ponto	
14%	24 Pontos	
13%	28 pontos	
12%	32 pontos	
11%	36 pontos	
10%	40 pontos	Até 40
<b>Subtotal</b>		<b>40</b>
<b>Total de pontos</b>		<b>100</b>

**12.9.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo sido julgados os recursos porventura interpostos, ou havendo desistência, a comissão de licitação elaborará relatório e parecer conclusivo, com o resultado da licitação os encaminhará para homologação do resultado do julgamento e adjudicação do objeto à empresa licitante vencedora.

**12.10.** A Nota da Proposta de Preços (total da pontuação auferida), denominado IP Índice de Preço, que servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 15.

**12.11.** Serão desclassificadas as propostas que:

- I) Não atenderem as disposições contidas neste edital;
- II) Ou apresentarem valores superiores aos praticados no mercado e que contenham qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- III) Que tenha percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido



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

**12.12.** onde haverá Nota Técnica NT e Nota de Preço NP, onde a NT será multiplicada por 7(sete) e a NP será multiplicada por 3(três), sendo o resultado dividido por 10(dez), sendo a classificação final.

### **13. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO**

**13.1** Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e o Decreto nº 57.690/1966 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010, e ainda a Lei nº 8.666/1993.

**13.2** Para essa modalidade de licitação a Assembleia Legislativa MS, tem-se utilizado das normas legais federais, não possuindo legislação específica.

### **14. DOS RESULTADOS**

**14.1** Ao término do certame licitatório, se pretende ter 5 (cinco) agencias com certificado do CENP em condições de assinar o contrato de fornecimento.

### **15. ANTECEDENTES A SEREM PROVIDENCIADOS**

**15.1** É necessário constituir a Subcomissão Técnica, que irá realizar o julgamento da proposta técnica, Envelope nº 1 e depois o envelope nº 3, devendo elaborar ATA de julgamento em ambos os casos.

**15.2** A subcomissão técnica deverá possuir no mínimo 6 (seis) funcionário da ALEMS e 3 (três) externos, os externos não podem ter vínculo de trabalho com nenhuma empresa interessada no certame. Após o credenciamento, deverá fazer



um sorteio em ato público, com divulgação mínima de 10 dias antes do sorteio, para escolha de dois servidores e um externo, lavrando-se ATA do sorteio.

**15.3** Os profissionais que farão o julgamento deverão possuir graduação em Administração, Marketing, Comunicação Social (Jornalista, Publicitário, Rádio e TV ou Relações Publica) ou declarado um prático com vivência em publicidade.

**15.4** Seria conveniente, na ata do sorteio, realizar o sorteio dos demais, pois em havendo uma desistência ou alguma situação de afastamento de atividades operacionais, o profissional poderia ser substituído.

## **16. AGRUPAMENTO**

**16.1A** concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

**16.1.1.** Também estão integrados a concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- ✓ ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
- ✓ à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
- ✓ à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.



# ASSEMBLEIA LEGISLATIVA

MATO GROSSO DO SUL

Palácio Guaicurus  
Avenida Desembargador José Nunes da Cunha  
Jardim Veraneio – Parque dos Poderes – Bloco 09  
Campo Grande / MS – CEP: 79.031-901  
Tel.: (67)3389.6565 – CNPJ: 03.979.390/0001-81  
www.al.ms.leg.br

000615

16.1.1.1. A contratação dos serviços como foca o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir idéias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

16.1.1.2. O planejamento servirá para subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

16.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos terão a finalidade de:

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

Os serviços previstos não poderão abranger as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

16.2. Para a prestação dos serviços será contratada **05 (cinco)** agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.



16.2.1. 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.

16.2.2. As agências deverão pôr ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

16.2.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos deste Edital.

16.3. O procedimento de seleção interna entre as agências contratadas, em conformidade com a Lei 12.232/2010 Art. 2º § 4º, ficará estabelecido a seguinte metodologia, para o repasse dos serviços:

16.3.1. A forma de escolha de agência para o desenvolvimento das ações de publicidade será feita de acordo com a metodologia delineada neste procedimento e em sintonia com os princípios da economicidade, eficiência e razoabilidade. Durante a vigência do contrato, ficará assegurada a cada uma das agências contratadas a prestação de no mínimo 2% (dois por cento) do valor contratual estimado.

16.3.1.1. O procedimento, primeiramente, será realizado mediante adoção de um dos critérios abaixo enumerados:

- a) escolha da agência que já executou ação de publicidade similar;
- b) reaproveitamento/adaptação de linha criativa aprovada anteriormente.

16.3.1.2. Na hipótese de não identificação de uma das hipóteses enumeradas no subitem 16.3.1.1, o procedimento será realizado mediante convocação da agência classificada em primeiro lugar no resultado da licitação.

1. Existindo empate na nota de classificação das agências durante o certame,



será procedido sorteio entre as agencias empatadas com a mesma nota, respeitada a ordem de pontuação, para reorganizar a preferência na execução dos serviços.

2. Havendo declínio por parte da agência convocada para execução, deverá ser chamada a segunda colocada e assim sucessivamente, até a última, respeitada a ordem estabelecida previamente.

3. Caso todas as agencias declinem da realização do serviço, será promovido sorteio para selecionar a agencia que executará.

3.1. A agencia selecionada no mencionado sorteio não ficará excluído da distribuição de um novo serviço.

## 17 DECLARAÇÃO DA VIABILIDADE OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

17.1 Conforme fundamentação acima, especialmente no que tange à solução de mercado escolhida, que inclui critérios e práticas de sustentabilidade, considera que a contratação de agências de publicidade viável, além de ser necessária para o atendimento das necessidades da Assembleia Legislativa do MS.

## 18 INDICAÇÃO DE EQUIPE DE FISCALIZAÇÃO

18.1 Abaixo, segue os nomes dos indicados para atuarem na posterior equipe de fiscalização do contrato:

<i>Gestor do Contrato</i>	<i>Fiscal Técnico</i>
Nome: Adriano Porfirio Furtado	Nome: Adriano Porfirio Furtado

## 19 CONSIDERAÇÕES FINAIS

19.1 A referida contratação, após a devida autorização, deverá possuir adequação orçamentária e financeira com a Lei Orçamentária Anual – LOA e compatibilidade com o Plano Plurianual - PPA e Lei de Diretrizes Orçamentárias – LDO.



**ASSEMBLEIA  
LEGISLATIVA**  
MATO GROSSO DO SUL

000018 ✕  
Palácio Guaicurus  
Avenida Desembargador José Nunes da Cunha  
Jardim Veraneio – Parque dos Poderes – Bloco 09  
Campo Grande / MS – CEP: 79.031-901  
Tel.: (67)3389.6565 – CNPJ: 03.979.390/0001-81  
www.al.ms.leg.br

Campo Grande - MS, 01 de março de 2021.

---

**Adriano Porfirio Furtado**  
**Secretário de Comunicação Institucional**