



CONSELHO
NACIONAL DO
MINISTÉRIO PÚBLICO

TERMO DE REFERÊNCIA

Interessado: Secretaria de Comunicação - CNMP

I - DO OBJETO

Contratação de empresa especializada em pesquisa e diagnóstico de imagem para realização de diagnóstico de imagem do CNMP e do Ministério Público em âmbito nacional.

II - DA JUSTIFICATIVA

Desde 1988, o Ministério Público como instituição tem se desenvolvido e trabalhado para, em diálogo com a sociedade e com a justiça, trabalhar pelo cumprimento da lei. Em situações inúmeras, o Ministério Público esteve presente, desde o diálogo em conciliações, aos pareceres *custus legis*, aos termos de ajustamento de conduta ou ações judiciais.

A própria criação e consolidação do CNMP é um indício de amadurecimento da instituição. E dentre as funções constitucionais do conselho está o que hoje constitui a sua visão institucional: ser órgão de integração e desenvolvimento do Ministério Público.

No planejamento estratégico 2010 - 2015, um dos indicadores estratégicos definidos foi a realização de uma pesquisa de imagem. Os dados que advirão dessa pesquisa serão base para a atividade fim e favorecerão rumos em busca da legitimação, cada vez maior e mais próxima, da instituição Ministério Público, da visão e da existência do CNMP.

Esse diagnóstico de imagem, deve ser considerado como um marco inicial, mas o instrumento impele a ser repetido periodicamente. A periodicidade será variável conforme a previsão de andamento das medidas implementadas pela instituição, após a análise dos resultados, e servirá como indicador público do desenvolvimento institucional.

III - DO VALOR MÁXIMO PARA CONTRATAÇÃO

.....



IV - DAS ESPECIFICAÇÕES

Descrição do objeto: A pesquisa deverá ser realizada em três etapas. A primeira, preliminar, compreende o levantamento de outras pesquisas sobre o Ministério Público já realizadas. A segunda será qualitativa e utilizará a técnica de grupos focais. A terceira, quantitativa, utilizando-se os subsídios da pesquisa qualitativa para elaboração de um questionário estruturado.

Abrangência geográfica do serviço: A pesquisa abrangerá todas as regiões do Brasil, com segmentação proporcional à configuração socioeconômica e cultural do estado, incluindo regiões metropolitanas, capitais e alguns municípios em cada unidade da federação. Na pesquisa quantitativa o total de entrevistas deverá ser de 5.000 (cinco mil).

Público-alvo da pesquisa:

- Cidadãos, homens e mulheres, prioritariamente urbanos a partir de 16 anos.
- Servidores públicos estaduais, municipais e federais, operadores do direito, cidadãos

que já tiveram contato com o Ministério Público e cidadãos que nunca tiveram contato com o Ministério Público.

Objetivos a serem atingidos com a pesquisa:

- Conhecer como o CNMP é percebido pelo público.
- Conhecer como o MP, como um todo e nas suas grandes segmentações, é percebido pelo público.
- Detectar pontos fortes e pontos a serem melhorados na instituição (MP e CNMP).
- Conhecer os conceitos associados à instituição (MP e CNMP).
- Avaliar a imagem desejada pelo MP e pelo CNMP – conhecida por meio do levantamento das visões dos MPs já realizado no Planejamento Estratégico Nacional - versus a imagem esperada pelo público.
- Avaliar como as mensagens usadas pelo Ministério Público e pelo CNMP com seus públicos são percebidas.

As informações e a análise dos dados fornecidas pela contratada deverão ser claras, objetivas e capazes de embasar a atuação do CNMP para:

- Dar conhecimento a população do papel do MP e do CNMP.
- Ampliar o acesso do cidadão aos serviços prestados.
- Melhorar a imagem institucional do MP e fomentar a sua visibilidade de forma globalizada.
- Definir as bases para uma comunicação consistente com os objetivos da instituição e relevante para seus públicos.
- Aumentar a eficácia das ações do Ministério Público, e do CNMP, pelo conhecimento do



que o público pensa sobre elas.

Detalhamento de assuntos

Alguns assuntos serão comuns a todos os públicos abordados , outros serão específicos de cada segmento de público a ser decidido em reuniões com a contratada e a Secretaria de Comunicação do CNMP.

Entre os tópicos comuns, pode-se relacionar:

- **Conhecimento em relação ao CNMP**
 - Percepção sobre a existência da instituição
 - Percepção sobre o papel da instituição, sua função social.
- **Conhecimento de sua atuação**
 - Avaliação da atuação
- **Conhecimento em relação ao MP**
 - Conceitos associados ao MP
 - Expectativas do público em relação ao MP
 - Percepção sobre características do MP e das diferenças de outras instituições governamentais
- **Conhecimento dos temas e assuntos afeitos ao MP.**
 - Percepção de cargos, nomes e nomeclaturas
 - Percepção das divisões do Ministério Público (MP estadual, MPF, MPT, MPM, MPU)
- **Avaliação da atuação**
 - Identificação de atributos – pontos fortes e fracos
- **Conhecimento do MP pelos meios de comunicação de massa e pelos meios de comunicação institucionais (entenda-se meios de comunicação institucionais como os veículos de comunicação com vinculação acionária ou de conteúdo direta a alguma instituição de caráter público).**
- **Identificação das fontes de informação sobre o Ministério Público**
- **Identificação dos meios institucionais e da eficácia dessa comunicação**
- **Análise de públicos x mensagens recebidas x tipo de mídia (Nessa análise, entre outros critérios, deve haver clara a segmentação entre mídias ou veículos de comunicação de órgãos públicos e veículos privados)**
- **Avaliação de mensagens positivas e/ou negativas recebidas pela mídia.**



Metodologia

- **Etapa preliminar**

A fase preliminar deverá poder ser pesquisa (bibliográfica, documental, eletrônica etc) a partir de 1990.

- **Etapa 1 – Pesquisa qualitativa:**

Para a pesquisa qualitativa a técnica a ser utilizada é a de discussão em grupo nas principais capitais representativas de todas as regiões brasileiras e em pelo menos dois municípios, a serem avaliados em conjunto entre a Secom e a contratada. O objetivo é atingir todo o território nacional e também ter uma amostra qualitativa do público do interior. **O total de grupos focais, dessa forma, será 21 (15 nas capitais representativas e 6 nos municípios), dispostos conforme a composição abaixo.**

Sugere-se a seguinte composição dos grupos de discussão (que pode ser modificada em discussões durante o trabalho, desde que se mantenha a homogeneidade de cada grupo)

Grupo	Sexo	Classe	Idade	Observações
1	Misto	ABC	25-40	Trabalhadores de nível básico e médio
2	Misto	CD	41-55	Donas de casa e chefes de família
3	Misto	BC	16-29	Estudantes de curso universitário e operadores do direito

Cabe à empresa contratada elaborar todos os instrumentos de coleta de dados (roteiro de discussão em grupo e questionário entre outros). Todos os instrumentos devem ser avaliados e aprovados pela equipe da Secretaria de Comunicação do CNMP.

As discussões serão gravadas em áudio e vídeo

- **Etapa 2 – pesquisa quantitativa**

Após a etapa de pesquisa qualitativa, que servirá para estruturar melhor a próxima etapa, será realizada pesquisa quantitativa, com amostras representativas da distribuição socioeconômica e cultural da população do estado.

Quantidade de entrevistados:



- 5 000 (cinco mil) entrevistas

O critério para sorteio das amostras é o por estágio múltiplos:

- Primeiramente serão sorteados os **municípios** onde serão realizadas as entrevistas através do método PPT(probabilidade proporcional ao tamanho), tomando o número de moradores como base para tal seleção
- Logo a seguir, seleção dos **setores censitários** (definidos pelo IBGE) onde serão realizadas as entrevistas (também pelo método PPT), mais uma vez tomando o número de moradores como base para a seleção
- A seguir, a **seleção do entrevistado dentro do setor censitário sorteado**, utilizando-se quotas proporcionais estabelecidas com base nos dados mais atualizados do IBGE, em função de variáveis de sexo, idade, grau de instrução e condição de atividade (economicamente ativo e não economicamente ativo) e ramo de atividade.

Com a amostra assim sorteada, com um intervalo de confiança de 95%, a margem de erro máxima é estimada em 3 pontos percentuais para mais ou para menos. Nessa amostra deverão estar contempladas todas as regiões do Brasil e capitais, cidades grandes, médias e pequenas.

Será elaborado um questionário estruturado (contendo perguntas fechadas - com alternativas de respostas e perguntas abertas (o entrevistado responde com suas próprias palavras) e aplicação de escalas de concordância, semânticas, etc.), a ser previamente aprovado pela equipe da Secretaria de Comunicação do CNMP.

Toda a pesquisa deverá também incluir:

- Documentação detalhada do planejamento, do desenvolvimento e da implementação da pesquisa;
- Metodologia empregada, fundamentação teórica e bibliográfica consultada;
- Resultado da análise e relatório.

Análise das informações:

- **Fase qualitativa:**



O conteúdo de áudio dos grupos focais deverá ser transcrito, em sua integralidade. Deverá ser apresentado também o resumo do conteúdo descritivo e analítico, assim como as conclusões relativas aos objetivos da pesquisa e sugestões de indicativos norteadores para a quantitativa

Não serão admitidas entrevistas pessoais no lugar de discussões em grupo focais.

- **Fase quantitativa:**

Os dados levantados na FASE QUANTITATIVA deverão ser processados, analisados e interpretados.

Deverão passar por tratamento estatístico, a saber: distribuição de frequência, médias, dispersão, cruzamentos, análise de variância, análise fatorial e análise de regressão múltipla.

Deverá ser realizada a checagem, através de ligações telefônicas, de 10% (dez por cento) dos questionários aplicados, para cada entrevistador. No caso de serem verificadas irregularidades no preenchimento de algum questionário, serão descartados todos os questionários do respectivo entrevistador, devendo ser realizada nova coleta de dados similar ao lote rejeitado, às custas do CONTRATADO, mantendo-se o perfil de distribuição da amostra.

A coleta de informações não será por telefone. Apenas a checagem da amostragem será por ligação telefônica.

Todos os serviços de pesquisa fornecidos deverão estar de pleno acordo com o Código internacional de Ética da ICC/ESOMAR e com a legislação referente à execução e divulgação de pesquisas de mercado e de opinião válida no território brasileiro.

V – LOCAL E FORMATO PARA A ENTREGA E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS:

O levantamento de outras pesquisas anteriormente realizadas e divulgadas deverá ser apresentado em forma de publicação, diagramada e impressa, em 14 vias, e em arquivo digital.

Ao final da pesquisa qualitativa, deverá ser apresentado pela CONTRATADA, a gravação em áudio e vídeo, a transcrição e um resumo qualitativo (descritivo e analítico). Ao final da pesquisa quantitativa deverá ser apresentado pela CONTRATADA um relatório quantitativo e um relatório final analítico.

O relatório quantitativo deverá apresentar os resultados gerais e por região, contendo o

tratamento estatístico adequado, incluindo, entre outras, distribuição de frequência, médias, dispersão, cruzamentos, análise de variância, análise fatorial e análise de regressão múltipla.

O relatório final deve além do resultado de todas as fases, incluir recomendações que contribuam para o aperfeiçoamento das estratégias de comunicação do Ministério Público e do CNMP com a sociedade e/ou com público específicos.

Para garantir o bom andamento do trabalho, discussões sobre as fases, dúvidas sobre aspectos de execução ou planejamento, deverão ser realizadas reuniões periódicas (mínimo de duas, máximo de 4 mensais), em Brasília, no período da tarde, preferencialmente segundas, quintas ou sextas-feiras, com ônus para a contratada, sem prejuízo das comunicações por outros meios como email, telefone etc.

Também deverão ser entregues à Secretaria de Comunicação pela CONTRATADA:

- em meio eletrônico, uma apresentação multimídia e duas apresentações executivas para grupos de no máximo de 30 pessoas, em horário e local a combinar.
- Impresso e em meio eletrônico, o relatório final.
- **Todos os questionários aplicados, em formato digitalizado de arquivos .pdf ou .jpg.**

Os originais aplicados deverão ficar sob a guarda e responsabilidade da contratante para possíveis averiguações futuras por no mínimo 5 anos.

VI - PRAZO PARA REALIZAÇÃO DO SERVIÇO E ENTREGA DOS RESULTADOS: o serviço contratado deverá ser realizado e os produtos entregues conforme o cronograma abaixo, contados a partir da contratação:

Serviço/Produto	Prazo
Fase Preliminar Levantamento de pesquisas semelhantes	2 (duas) semanas, a partir da contratação
Fase Qualitativa Apresentação dos roteiros para a pesquisa qualitativa	2 (duas) semanas a partir da contratação
Pesquisa qualitativa (realização dos grupos focais)	5 (cinco) semanas, contadas a partir da aprovação dos roteiros pelo CNMP.
Entrega dos dados da fase qualitativa e da proposta de questionário para a pesquisa quantitativa	1 (uma) semana, a contar do término do prazo anterior.



Fase quantitativa Pesquisa quantitativa	7 (sete) semanas, a partir da aprovação dos questionários pelo CNMP.
Entrega do relatório quantitativo e do relatório final analítico	2 (duas) semanas, contada do término do prazo anterior.
Apresentação executiva e entrega final da pesquisa	Prazo a ser combinado conforme agenda do CNMP.

O pagamento dos serviços executados será proporcional ao cumprimento dos prazos para a execução dos serviços previstos neste item.

O acompanhamento e a verificação dos prazos de execução dos serviços será realizado pelo Gestor do Contrato, mediante formulário próprio.

VII - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

VIII - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

A CONTRATADA também se obriga, especialmente, a:

- **Realizar com a Secretaria de Comunicação no mínimo duas e no máximo 4 reuniões mensais conforme a necessidade, conforme item V** para validar instrumentos, definir detalhes metodológicos ou outras questões específicas que venham a surgir no decorrer do trabalho.
- Checar em 10% todos os questionários aplicados, cumprir as obrigações contratuais e estar de pleno acordo com o Código Internacional de Ética da ICC/ESOMAR e com a legislação referente à execução e divulgação de pesquisas de mercado e de opinião válida no território brasileiro.
- Possibilitar a participação de representantes da Secretaria de Comunicação como observadores não vistos nas entrevistas de grupos focais.
- **Apresentar certidões e atestados de capacidade técnica, com experiência comprovada na condução de 3 (três) ou mais pesquisas de opinião de abrangência nacional, além de capacidade instalada de manipulação de dados.**



- Indicar um responsável pela coordenação dos trabalhos de pesquisa de imagem, que será responsável pelos resultados da pesquisa e deverá desempenhar suas funções até o encerramento do contrato, com titulação mínima em grau de mestrado na área de ciências sociais ou equivalente, além de experiência mínima de 2 (dois) anos na coordenação de outras pesquisas correlatas.
- Apresentar declaração com relação e disposição dos profissionais responsáveis pelas áreas de planejamento amostral, análise de sistemas e análise de pesquisa, que qualifiquem suas experiências e formações acadêmicas afins com a atividade de pesquisa de opinião, bem como do estatístico responsável pelo trabalho com registro no Conselho Regional de Estatística – CONRE.

IX – DA PLANILHA DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS

Deverá ser apresentada uma planilha de custos e formação de preços com os preços unitários por etapa (preliminar, qualitativa e quantitativa) e o preço total. Nos preços contratados deverão estar inclusos todos os custos e despesas diretas e indiretas, como impostos, taxas e fretes.

X – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas com a execução do presente Contrato correrão à conta ...

XI – DO PAGAMENTO

11.1 A CONTRATANTE efetuará o pagamento pelos serviços efetivamente prestados, até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente ao da realização dos serviços, por meio de depósito na conta-corrente da CONTRATADA, através de Ordem Bancária, mediante apresentação de fatura ou nota fiscal dos serviços executados, em nome do CNMP, CNPJ Nº 11.439.520/0001-11, referentes ao mês anterior ao da prestação dos serviços, devidamente atestada pelo setor competente, acompanhada do quadro resumo dos serviços prestados.

11.2. O pagamento da nota fiscal dos serviços executados será proporcional ao cumprimento dos prazos para a execução de cada etapa previstos no Item VII deste termo de referência, na proporção de 3% para a fase preliminar, 30% para a fase qualitativa e 67% para a fase quantitativa.



11.3. Sobre o valor da Nota Fiscal, a CONTRATANTE fará as retenções devidas ao INSS e as dos impostos e contribuições previstas na Instrução Normativa SRF nº 480, de 15.12.2004 e 539, de 25.04.2005 e Lei Complementar 116/2003.

11.4. Caso a CONTRATADA seja optante pelo “SIMPLES” (Lei nº 9.317/96), não serão feitas as retenções de que tratam as citadas instruções normativas, ficando a CONTRATADA nesse caso obrigada a apresentar declaração, na forma do Anexo IV da Instrução Normativa SRF nº 480, de 15/12/2004, em duas vias, assinadas pelo seu representante legal.

11.5. A consulta relativa à regularidade fiscal, exigida quando da habilitação, será feita previamente a cada pagamento, devendo seu resultado ser juntado aos autos do processo próprio e ficando o efetivo pagamento a ela condicionado.

11.6. Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA, enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência contratual, sem que isso gere direito a acréscimos de qualquer natureza.

XII – DO REPACTUAÇÃO

12.1. O contrato poderá ser repactuado mediante prévia negociação entre as partes, visando sua adequação aos novos preços de mercado, observados o interregno mínimo de um ano, a contar da data de apresentação da proposta, e a demonstração analítica da variação dos componentes dos custos do contrato, devidamente justificada.

12.2. Para a repactuação acima mencionada, a CONTRATADA deverá apresentar planilhas que evidenciem analiticamente a variação dos custos, devidamente comprovada e justificada. A comprovação poderá ser feita por meio de notas fiscais de matérias-primas, peças e/ou equipamentos, ou outros documentos contemporâneos à época da elaboração da proposta e do momento do pedido de repactuação.

XIII – DA VIGÊNCIA

O contrato terá vigência de 12 meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, limitada sua duração a 60 (sessenta) meses, nos termos do artigo 57, II da Lei 8.666/93.

XIV – DAS RESPONSABILIDADES

14.1. A CONTRATADA responderá civil e criminalmente pelos prejuízos causados ao patrimônio da União em decorrência de ação ou omissão de seus empregados ou prepostos.

14.2. A CONTRATADA responderá civilmente pelos furtos e roubos que porventura venham a ocorrer no interior das dependências da CONTRATANTE nos casos em que ficar comprovado dolo ou culpa de seus prepostos.

14.3. Na hipótese de verificação dos danos, a CONTRATADA ficará obrigada a promover a reposição do bem em condições idênticas ou o ressarcimento a preços atualizados, dentro de 30 (trinta) dias, contados a partir da comprovação de sua responsabilidade. Caso não o faça dentro do prazo estipulado, o CONTRATANTE reserva-se o direito de descontar o valor do ressarcimento da fatura do mês.

XV – DAS PENALIDADES E RECURSOS

15.1. A CONTRATADA ficará sujeita às sanções administrativas previstas nos arts. 86, 87 e 88 da Lei n.º 8.666/93, bem como na Lei nº 10.520/02, a serem aplicadas pela autoridade competente da CONTRATANTE, conforme a gravidade do caso, assegurado o direito a ampla defesa, sem prejuízo do ressarcimento dos danos porventura causados à Administração, e das cabíveis cominações legais.

15.2. Poderá, assegurada a prévia defesa, ficar impedida de licitar e de contratar com a União e, se for o caso, ser descredenciada no SICAF, pelo o prazo de até 5 (cinco) anos, a CONTRATADA que ensejar o retardamento da execução do objeto deste contrato, falhar ou fraudar na sua execução, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal;

15.3. Além do previsto no subitem anterior, pelo descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas e pela verificação de quaisquer das situações previstas no art. 78, incisos I a XI da Lei 8.666/93, a Administração poderá, resguardados os procedimentos legais pertinentes, aplicar as seguintes sanções, sem prejuízo de outras:

- a) advertência;
- b) multa moratória de 0,5% (meio por cento) do valor da nota de empenho, por dia de atraso, até o limite máximo de 5% (cinco por cento);
- c) multa de 10% (dez por cento) do valor da nota de empenho ou Contrato, no caso de



descumprimento parcial ou total de qualquer obrigação pactuada;

- d) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração;
- e) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a licitante vencedora ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

15.4. No caso de não-recolhimento do valor da multa, dentro de 5 (cinco) dias úteis a contar da data da intimação para o pagamento, a importância será descontada dos pagamentos a que fizer jus a CONTRATADA ou ajuizada a dívida, consoante o § 3º do art. 86 e § 1º do art. 87 da Lei n.º 8.666/93, acrescida de juros moratórios de 1,0% (um por cento) ao mês.

15.5. As penalidades previstas no Termo de Referência são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, garantida prévia defesa.

15.6. As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF, e no caso de suspensão de licitar, o licitante deverá ser descredenciado por igual período, sem prejuízo das multas previstas no Termo de Referência e das demais cominações legais.

15.7. Comprovado o impedimento ou reconhecida força maior, devidamente justificado e aceito pela PRDF, a licitante ficará isenta das penalidades mencionadas.

15.8. No processo de aplicação de penalidades é assegurado o direito ao contraditório e à ampla defesa.

15.9. Conforme estabelece o art. 87 da Lei 8.666/93, previamente à aplicação das multas previstas nos subitens acima ou de qualquer outra sanção, poderá a licitante vencedora apresentar defesa, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data em que for notificada a respeito.

15.10. Os atos administrativos de aplicação das sanções previstas nos incisos III e IV, do art. 87, da Lei 8.666/93 bem como a rescisão contratual, serão publicados resumidamente no Diário Oficial da União.



15.11. No caso de declaração de inidoneidade, prevista no inciso IV do art. 87 da Lei n.º 8.666/93, caberá pedido de reconsideração ao Senhor Procurador Geral da República no prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data de intimação do ato, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

XVI - DA RESCISÃO

16.1. A inexecução total ou parcial do contrato poderá ensejar a sua rescisão, conforme disposto nos artigos 77 a 80 da Lei n.º 8.666/93.

16.2. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do procedimento, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

16.3. A rescisão do contrato poderá ser:

a) determinada por ato unilateral e escrito da CONTRATANTE nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do artigo 78 da Lei n.º 8.666/93, mediante notificação através de ofício entregue diretamente ou por via postal, com prova de recebimento, sem prejuízo das penalidades previstas neste contrato.

b) amigável, por acordo entre as partes, mediante a assinatura de termo aditivo ao contrato, desde que haja conveniência para a CONTRATANTE; e

c) judicial, nos termos da legislação.

16.4. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

16.5. De conformidade com o § 2º do artigo 79, da Lei n.º 8.666/93, quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII do artigo 78 da mesma lei, sem que haja culpa do contratado, será este ressarcido dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo ainda direito a: a) devolução de garantia; b) pagamentos devidos pela execução do contrato até a data da rescisão; c) pagamento do custo de desmobilização.

16.6. A rescisão poderá acarretar as seguintes conseqüências imediatas:

a) a execução da garantia contratual para ressarcimento, à CONTRATANTE, dos valores das multas aplicadas ou de quaisquer outras quantias ou indenizações a ela devidas;

b) retenção dos créditos decorrentes do contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE.



CONSELHO
NACIONAL DO
MINISTÉRIO PÚBLICO

XVII - DA ALTERAÇÃO

17.1. O Contrato poderá, nos termos do art. 65 da Lei nº 8.666/93, ser alterado por meio de Termos Aditivos, objetivando promover os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários.

17.2. Nenhum acréscimo ou supressão poderá exceder o limite estabelecido no parágrafo primeiro do art. 65 da Lei nº 8.666/93, salvo as supressões resultantes de acordos celebrados entre os contratantes.

XVIII - DA GESTÃO DO CONTRATO

Nos atos referentes à fiscalização da execução contratual, a CONTRATANTE será representada pela servidora Ana Karine Bittencourt que será designada Gestora do Contrato por meio de portaria específica e, em seus impedimentos e afastamentos legais, por substituto igualmente designado.

XIX - DO FORO

Fica eleito o foro da Justiça Federal do Distrito Federal para dirimir as dúvidas não solucionadas administrativamente oriundas do cumprimento das obrigações estabelecidas.

ASSINATURA