



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES

CONCORRÊNCIA Nº 01/2021**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO
DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

Recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços:

- Data: 06/12/2021
- Horário: 10:00 hs (Horário de Brasília)
- Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco "R", Auditório do Subsolo, em Brasília-DF

SUMÁRIO

Edital
1. Disposições Iniciais
2. Objeto
3. Valor Contratual e Recursos Orçamentários
4. Condições de Participação
5. Retirada do Edital
6. Esclarecimentos sobre o Edital
7. Impugnação do Edital
8. Credenciamento de Representantes
9. Recebimento das Propostas e dos Documentos de Habilitação
10. Entrega da Proposta Técnica
11. Apresentação da Proposta Técnica
12. Julgamento das Propostas Técnicas
13. Entrega Proposta de Preços
14. Apresentação da Proposta de Preços
15. Julgamento das Propostas de Preços
16. Julgamento Final das Propostas Técnicas e de Preços
17. Entrega dos Documentos de Habilitação
18. Apresentação dos Documentos de Habilitação
19. Análise dos Documentos de Habilitação
20. Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica
21. Divulgação dos Atos Licitatórios
22. Recursos Administrativos
23. Procedimentos Licitatórios

24. Homologação e Adjudicação
25. Condições Pré-contratuais
26. Garantia de Execução
27. Obrigações da Contratada e da Contratante
28. Fiscalização
29. Remuneração e Pagamento
30. Sanções Administrativas
31. Disposições Finais
Anexos
Anexo I - <i>Briefing</i>
Anexo II - Modelo de Procuração
Anexo III - Modelo de Proposta de Preços
Anexo IV - Minuta de Contrato
Anexo V: Avaliação de Desempenho de Agência de Propaganda

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES
SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 1/2021

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. A União, por intermédio do Ministério das Comunicações, doravante denominado MCOM, neste ato representado pela Comissão Especial de Licitação designada pela Portaria nº 3533/MCOM, de 03 de setembro de 2021, da Subsecretaria de Orçamento e Administração do Ministério das Comunicações, publicada na Seção 2 do Diário Oficial da União de 09 de setembro de 2021, torna público aos interessados que realizará **CONCORRÊNCIA**, do tipo **MELHOR TÉCNICA**, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 8.666/1993.

1.3. Aplicam-se também a esta Concorrência o Decreto nº 6.555/2008, o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002, o Decreto nº 3.722/2001, a Instrução Normativa SECOM nº 2/2018, a Instrução Normativa SECOM nº 3/2018, a Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 5/2017, a Instrução Normativa nº 73/2020, e aos demais normativos correlatos e disposições deste Edital.

2. OBJETO

2.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceitualização, 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.

2.1.1. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O estudo e o planejamento, previsto no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de comunicação e divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

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

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. 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 comunicação e divulgação.

- 2.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas 4 (quatro) agências de propaganda, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas.
- 2.2.1. Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do § 1º, art. 4º da Lei nº 12.232/2010.
- 2.2.2. As agências atuarão por ordem e conta do MCOM, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na execução e/ou contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de comunicação e divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
- 2.2.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.
- 2.2.4. As agências atuarão de acordo com solicitação do MCOM, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.
- 2.2.5. Para a execução dos serviços, o MCOM instituirá procedimento de seleção interna entre as contratadas, com metodologia aprovada e publicada na imprensa oficial, conforme disposto no art. 2º, §4º, da Lei nº 12.232/2010.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 3.1. O valor da presente Concorrência está estimado em **R\$ 450.000.000,00** (quatrocentos e cinquenta milhões de reais) e será executado de acordo com o previsto no subitem 2.2.4 deste Edital.
- 3.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2021 consta da Lei Orçamentária Anual de 2021, nas seguintes funcionais programáticas:

FUNCIONAL PROGRAMÁTICA	AÇÃO	PROGRAMA
24.131.0032.2017.0001	2017 - Comunicação Institucional	0032 – Programa de Gestão e Manutenção do Poder Executivo
24.131.0032.4641.0001	4641 - Publicidade de Utilidade Pública	

- 3.3. O MCOM se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.
- 3.3.1. A execução contratual se dará sob demanda e estará condicionada à existência de disponibilidade orçamentária, respeitado o exercício financeiro, cujo valor não excederá os créditos orçamentários ou adicionais consignados ao MCOM.
- 3.4. No interesse do MCOM, as contratadas ficarão obrigadas a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto nos §§1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.
- 3.5. Se o MCOM optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo IV), serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento das despesas previstas.
- 3.5.1. Na prorrogação o MCOM renegociará, se necessário, os percentuais de remuneração praticados com as contratadas, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter vantagem para a Administração e/ou garantir o equilíbrio econômico-financeiro do contrato.
- 3.5.2. O MCOM poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão das formas e dos percentuais de remuneração praticados com as contratadas, em decorrência das mecânicas e referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

- 4.1. Poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.
- 4.2. Não poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda:
- que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a SECOM;
 - cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
 - que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
 - estrangeira que não funcione no País;
 - cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o MCOM;
 - que atuem sem fins lucrativos; e
 - que estejam reunidas em consórcio.
- 4.2.1. Nos termos do art. 5º do Decreto nº 9.507/2018, é vedada a contratação de pessoa jurídica na qual haja administrador ou sócio com poder de direção, que seja familiar de:
- detentor de cargo em comissão ou função de confiança que atue na área responsável pela demanda ou contratação; ou
 - autoridade hierarquicamente superior no âmbito do órgão contratante.
- 4.2.1.1. Para fins do disposto no subitem 4.2.1, considera-se familiar o cônjuge, o companheiro ou parente em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até terceiro grau.
- 4.2.2. Para a análise das condições de participação das licitantes, serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União - TCU.
- 4.3. Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.
- 4.4. A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 4.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, não sendo o MCOM, em nenhum caso, responsabilizado por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL

- 5.1. Este Edital será fornecido, na forma impressa, pela Coordenação-Geral de Recursos Logísticos, situada no Anexo A, Bloco R, 2º andar, Sala 205/209 oeste, Esplanada dos Ministérios, Brasília-DF, de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h ou das 14h às 17h e, para isso, o interessado deverá recolher o valor de R\$

0,20 (vinte centavos) a página em nome do Ministério das Comunicações, por meio do sítio www.stn.fazenda.gov.br, Unidade Favorecida: 410003, Gestão: 00001.

5.2. Será gratuita a retirada deste Edital nos sítios abaixo descritos, observados os procedimentos ali estabelecidos:

- www.comprasgovernamentais.gov.br
- <https://www.gov.br/mcom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos-1>

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

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

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

- por carta ou ofício: protocolizado na Coordenação-Geral de Recursos Logísticos, situada no Anexo A, Bloco R, 2º andar, Sala 205/209 oeste, Esplanada dos Ministérios, Brasília-DF, de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h ou das 14h às 17h; ou
- pelo e-mail: licitacoes@mcom.gov.br

6.1.1. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos em até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das propostas, mediante divulgação exclusiva na internet, por meio do sítio <https://www.gov.br/mcom/pt-br> (<Menu><Acesso à informação><Licitações e Contratos>), sem identificar a licitante consultante e seu representante.

6.1.2. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

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

6.1.4. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2 deste Edital.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. O pedido de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, poderá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h ou das 14h às 17h, na Coordenação-Geral de Recursos Logísticos, situada no Anexo A, Bloco R, 2º andar, Sala 205/209 oeste, Esplanada dos Ministérios, Brasília-DF.

7.2. A impugnação também poderá ser enviada na forma eletrônica para o e-mail licitacoes@mcom.gov.br, observados os prazos descritos no subitem 7.6. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 5 (cinco) dias contados do encaminhamento do e-mail.

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

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

7.5. Os pedidos de impugnação, protocolizados fisicamente ou enviados por e-mail, serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no §1º do art. 113 da Lei nº 8.666/1993.

7.6. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Especial de Licitação:

- a) o cidadão que não se manifestar em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços; e
- b) a licitante que não se manifestar em até 02 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

7.6.1. Considera-se licitante, para efeito da alínea 'b' do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. O representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação documento que o credencie, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

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

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

8.1.2.1. Será dispensada a obrigatoriedade de autenticação em cartório, das cópias de que trata o subitem anterior, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação.

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

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

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

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2 deste Edital.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços serão recebidos como segue:

Data: 06/12/2021

Horário: 10:00 hs (Horário de Brasília)

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco "R", Auditório do Subsolo, em Brasília-DF.

- 9.2.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.
- 9.3. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados posteriormente pela Comissão Especial de Licitação.
- 9.4. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.
- 9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Invólucro nº 1

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

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na Coordenação-Geral de Recursos Logísticos, de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h ou das 14h às 17h, no seguinte endereço: Anexo A, Bloco R, 2º andar, Sala 205/209 oeste, Esplanada dos Ministérios, Brasília-DF.

10.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá ter nenhuma identificação ou apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

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

10.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência MCOM nº XX / 2021

10.1.2.2. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Invólucro nº 3

10.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência MECOM nº XX / 2021

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

10.1.3.3. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	1. Raciocínio Básico
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	3. Ideia Criativa
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	1. Clientes
	2. Profissionais
	3. Infraestrutura
	4. Sistemática de Atendimento
	5. Informações de Marketing

3.	Repertório
4.	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

11.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste Edital;
- d) espaçamentos de 3cm na margem esquerda e 2cm na direita, a partir das respectivas bordas. Não há padrões exigidos para margens superior e inferior;
- e) títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entre títulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos; e
- j) sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.6 deste Edital.

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

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 8 a 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4; e
 - c2) impressas na orientação paisagem.

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

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

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

11.2.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação que permita, inequivocamente, a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.8 Para fins desta Concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de comunicação e divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, todos deste Edital no que couber.

11.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no *Briefing* (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

11.3.1 Subquesto 1 - Raciocínio Básico -apresentação em que a licitante descreverá:

1. análise das características e especificidades da SECOM e do seu papel no contexto no qual se insere;
2. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas; e
3. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

11.3.2 Subquesto 2- Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no *Briefing*, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária; e
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3 Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

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

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julgar mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária e à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

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

11.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passer-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4 deste Edital. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

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

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

11.3.3.3.4 O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pendrive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação que permita, inequivocamente, a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

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

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, *spot* rádio, anúncio revista, *banner* internet).

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

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

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

11.3.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

a) estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios, das formas inovadoras de comunicação publicitária e dos recursos próprios de comunicação do MCOM a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

c) plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

d) plano de novas formas de publicidade digital: composto por planilhas com a indicação de uso de formas inovadoras de comunicação publicitária, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de *performance* (KPI); e

e) simulação: dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1 Todas as peças publicitárias, que integrem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2 O plano de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital propostos deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

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

11.3.4.3 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser informado o montante de investimento proposto pela licitante, no âmbito de sua estratégia, a ser utilizado com formas inovadoras de comunicação publicitária, para alcance dos objetivos estabelecidos;
- d) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e
- e) deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.4.3.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

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

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

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

11.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas:

- a) Subquesito I – Clientes: relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) Subquesito II – Profissionais: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) Subquesito III – Infraestrutura: infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do MCOM para a execução do contrato;
- d) Subquesito IV – Sistemática de Atendimento: sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e
- e) Subquesito V: Informação de Marketing: relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do MCOM, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem esse quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

11.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017.

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

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

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

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

11.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela SECOM, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

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

11.9.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

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

11.10.1 A validação de que trata a alínea "d" do subitem anterior, deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu telefone e e-mail de contato, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.2 Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.

11.10.3 É facultada a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pendrive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 deste Edital ou ser apresentadas soltas;
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais; e
- c) para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3, não entrará no cômputo do limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

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

12.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da SECOM e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; e
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

12.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do MCOM, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do MCOM com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a SECOM, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*; e
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

12.2.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do MCOM, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de comunicação e divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo; e
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

12.2.1.4 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e dos planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do MCOM e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia; e
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) Subquesito I – Clientes: o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) Subquesito II – Profissionais: a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do MCOM;
- c) Subquesito III – Infraestrutura: a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do MCOM na execução do contrato;
- d) Subquesito IV – Sistemática de Atendimento: a funcionalidade do relacionamento operacional entre o MCOM e a licitante; e
- e) Subquesito V – Informação de Marketing: a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do MCOM.

12.2.3 Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; e
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; e
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

12.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

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

QUESITOS E SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1- Plano de Comunicação Publicitária	65
I - Raciocínio Básico	10
II - Estratégia de Comunicação Publicitária	20
III - Ideia Criativa	20
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
2 - Capacidade de Atendimento	15
I - Clientes	3
II - Profissionais	6
III - Infraestrutura	2
IV - Sistemática de Atendimento	1
V - Informações de Marketing	3
3. Repertório	10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
PONTUAÇÃO TOTAL	100

12.3.2.1 Se a licitante apresentar quantidades inferiores às estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, a ser obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3 A pontuação do quesito ou do subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica, considerada uma casa decimal.

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

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

12.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrerem qualquer uma das situações abaixo descritas:

- apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária– Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2; ou
- não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos; ou
- obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.4.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, de modo a cumprir o estabelecido no inciso VIII, do art. 6º da Lei nº 12.232/2010.

12.7 Persistindo o empate, serão consideradas mais bem classificadas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, do quesito Plano de Comunicação Publicitária.

12.7.1 Se, ainda assim, persistir o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria Sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21, todos deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

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

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

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência MCOM nº XX / 2021

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

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

14.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 do Modelo de Proposta de Preços, que constitui o Anexo III deste Edital, ressalvado que, nos termos do §1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, não serão aceitos:

I. Percentual de honorários superior a 1% (um por cento), incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes:

a) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº

4.680/1965;

b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste realizadas a suas expensas; e

c) à reimpressão de peças publicitárias. Entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas;

II. Percentual de honorários superior a **2% (dois por cento)**, incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição/veiculação não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. Percentual de honorários superior a **15% (quinze por cento)**, incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de *performance* e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

IV. Percentual de honorários superior a **1,5% (um e meio por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e

V. Percentual de repasse ao MCOM inferior a **5,5% (cinco e meio por cento)**, correspondente à parcela do desconto-padrão concedido pelos veículos de comunicação e divulgação à licitante, referente à compra de tempo e espaço, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.2.1 Os honorários de remuneração de que trata o inciso III do subitem anterior, não estão vinculados à serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente as licitantes pela intermediação, supervisão, monitoramento de *performance* e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

14.2.1.1 Na gestão dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração da contratada, prevista no inciso III do subitem 14.2, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto pela contratada para essa distribuição.

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

14.3.1 Caso a sessão de abertura dos invólucros da Proposta de Preços ocorra após o prazo definido no subitem 14.3, a Comissão Especial de Licitação realizará diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços, ou antes do encerramento do certame, fica liberada dos compromissos assumidos, motivo pelo qual será desclassificada do certame.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

15.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que não atender as condições estabelecidas no subitem 14.2 deste Edital ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

15.3 Será considerada a Proposta de menor preço a que contiver, simultaneamente, os menores percentuais de honorários para os incisos I, II, III e IV e o maior percentual de desconto para o inciso V, todos do subitem 14.2 deste Edital.

15.3.1 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará a informação apresentada por extenso.

15.4 Se as licitantes mais bem classificadas no julgamento técnico não tiverem apresentado a Proposta de menor preço, nos termos estabelecidos nos subitens 15.3, a Comissão Especial de Licitação deverá proceder com elas a negociação de que trata o inciso II, §1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993.

15.4.1 A negociação disposta no subitem anterior, terá como referência os menores percentuais apresentados para os incisos I, II, III e IV e o maior percentual de desconto para o inciso V, independentemente de estarem na mesma proposta.

15.4.2 No caso de insucesso nessa negociação com qualquer das 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento técnico, procedimento idêntico será adotado pela Comissão Especial de Licitação, sucessivamente, com as demais licitantes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame, em observância ao inciso III do §1º do art. 46 da lei nº 8.666/1993.

15.5 A licitante que não concordar em negociar sua Proposta de Preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993, para o tipo Melhor Técnica.

16.1.1 Serão declaradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, as 4 (quatro) licitantes que:

a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e

b) tenha apresentado a Proposta de menor preço ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no subitem 15.4, tendo como referência o procedimento previsto no inciso II, §1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, nos termos estabelecidos no item 15 deste Edital.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação e acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência MCOM nº XX / 2021

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

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues, pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas técnicas e de preços, à Comissão Especial de Licitação, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim, cujos documentos deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

- a) em via original; ou
- b) sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
- c) em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou
- d) em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

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

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

18.2.1 Habilitação Jurídica

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

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

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

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

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

18.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

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

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

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

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

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

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

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

18.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

18.2.3 Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial; e

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

18.2.4 Qualificação Econômico-financeira

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

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III desta alínea, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no §2º do art. 5º do Decreto-Lei nº 486/1969;

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

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

IV. para as empresas que escrituram por meio do SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- a) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis; e
- c) termo de abertura e encerramento.

18.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

- a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação; e
- b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 18.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

LG =	Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

SG =	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

b) do balanço referido no subitem 18.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 01):

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível Total

18.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

18.2.4.4 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 18.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, **patrimônio líquido** equivalente a 1% (um por cento) do valor global estimado da contratação.

18.2.5 Declarações:

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

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência MCOM nº 01/2021

<nome da licitante>, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____/_____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666/1993, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>

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

<local e data>

<representante legal da licitante>

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

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência MCOM nº 1/2021

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante>, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 18.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da licitante> e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do MCOM, antes da abertura oficial das propostas; e
- f) está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

<representante legal da licitante>

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

18.4 O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 34 da Lei nº 8.666/1993, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal ou pelo Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta Concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 18.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao MCOM a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

18.5 A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no SICAF, apenas deverá apresentar:

- a) declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas 'b', 'b1' e 'b2' do subitem 18.2.3;
- c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 1% (um por cento) do valor global estimado da contratação, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem 19.1.1 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um); e
- d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.5.

18.5.1 Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 18.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que trata a alínea 'b' do subitem 18.2.4 ou, se for o caso, do subitem 18.2.4.1.

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

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que mantidas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital. A Comissão Especial de Licitação contará com análise e parecer da área técnica demandante, no tocante à documentação da qualificação técnica.

19.1.1 Para análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 18.5 deste Edital, serão realizadas consultas *on-line* no SICAF, para obtenção de Declaração que instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 03/2018.

19.1.1.1 A Declaração referente à situação de cada licitante, incluída a declaração de que trata o subitem 18.4 deste Edital, será assinada pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.1.2 Se todas as licitantes forem inabilitadas, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento técnico, para, no prazo de 8 (oito) dias úteis, apresentarem a nova documentação escoimada das causas que conduziram à inabilitação, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas no item 18 deste Edital.

19.2 Para a análise da habilitação das licitantes, na forma do subitem 19.1 ou 19.1.1, também serão realizadas consultas; ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União (CGU), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

19.3 A licitante classificada no julgamento final desta concorrência que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.2 deste Edital.

20. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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

20.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

20.2.1 Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o MCOM.

20.2.2 Será aberto processo específico para a formalização dos procedimentos destinados à formação da Subcomissão Técnica, contendo toda a documentação necessária para a comprovação dos requisitos exigidos.

20.2.3 No tocante à formação de 2/3 (dois terços) da relação de que trata o §2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, o Secretário de Publicidade e Patrocínio indicará nomes de servidores formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing e/ou que atuem na área de publicidade do MCOM, prezando para que, dentre eles, haja servidores da área de conteúdo e de mídia.

20.2.4 Quanto à formação de 1/3 (um terço) da relação de que trata o §2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, o Secretário de Publicidade e Patrocínio formalizará aos integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, pedido de indicação de servidores ou empregados formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing e/ou que atuem na área de publicidade.

20.2.5 Além da formação e/ou experiência descrita no subitem 20.2, os candidatos indicados para composição da lista de sorteio deverão cumprir os seguintes requisitos:

- a) ter atuado na área de comunicação nos últimos 5 (cinco) anos, sobretudo nas áreas de publicidade e marketing;
- b) observar, caso tenha sido servidor da SECOM, o interstício mínimo de 1 (um) ano do desligamento do órgão;
- c) possuir formação adicional em comunicação, publicidade ou marketing, caso a formação originária não corresponda a essas áreas de atuação. Entende-se por formação adicional: pós-graduação, MBA, mestrado, doutorado;
- d) não possuir relação de parentesco até terceiro grau com servidor do órgão contratante que atue nas áreas intervenientes ao processo de contratação; e
- e) não possuir nenhuma ligação, direta ou indireta, com qualquer das licitantes.

20.2.6 Toda a documentação será juntada aos autos do processo referenciado no subitem 20.2.2, que deverá ser verificada pela Comissão Especial de Licitação, antes da realização do sorteio de que trata o subitem 20.3 deste Edital, nos termos do art. 35, I da Instrução Normativa-SECOM nº 3/2018.

20.2.7 Após a verificação e manifestação da Comissão Especial de Licitação, acerca dos documentos de comprovação dos servidores indicados à integrar a lista, serão realizados os procedimentos para a publicação da relação na imprensa oficial, conforme previsão do subitem 20.3.2, e indicação da data prevista para o sorteio.

20.2.7.1 A relação dos possíveis membros da Subcomissão Técnica deverá conter separadamente os nomes dos candidatos que mantenham e dos que não mantenham vínculo com o MCOM.

20.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da Subcomissão, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o MCOM.

20.3.1 Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão sorteados, de acordo com a proporcionalidade dos membros titulares, para definição de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

20.3.2 A relação dos nomes referidos no subitem 20.3 será publicada no Diário Oficial da União, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.3.3 O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação, e poderá ser fiscalizado por qualquer interessado, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o MCOM, nos termos dos subitens 20.2.1, 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

20.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da Sessão Pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 20.3, mediante apresentação de justificativa fundamentada.

20.3.4.1 São motivos para a impugnação o não cumprimento dos requisitos elencados no subitem 20.2.5, além de outras situações que impactem na imparcialidade, impessoalidade e moralidade do julgamento a ser realizado.

20.3.5 A Comissão Especial de Licitação decidirá sobre a impugnação, de maneira fundamentada, coletando previamente a manifestação do impugnado.

20.3.5.1 Antes da decisão, é facultado ao impugnado renunciar da participação no processo, declarando-se impedido ou suspeito, mediante manifestação formal à Comissão Especial de Licitação.

20.3.6 O acolhimento da impugnação implicará a elaboração e a publicação de nova lista caso o número de membros restante for inferior aos mínimos exigidos no subitem 20.3, garantido ainda o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 20.3.2.

20.3.7 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada

20.4 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e seus anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência, mediante despacho fundamentado, registrado em ata e acessível a todos os participantes.

20.4.1 Os membros da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta Concorrência, observados os respectivos modelos:

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta Concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão contratante ou de origem, nem da Comissão Especial de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,....., Matrícula nº, vinculado(a) ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo MCOM, para a contratação de agências de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/1993, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial de Licitação.

Data ____ de _____ de 2021.

<assinatura>

20.4.1.1 Os membros da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 8.666/1993, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1 A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da União é obrigatória:

a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros; e

b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Especial de Licitação e protocolizada no Anexo A, Bloco R, 2º andar, Sala 205/209 oeste, Esplanada dos Ministérios, Brasília-DF, no horário das 9h às 12h e das 14h às 17h.

22.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

22.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao Secretário de Publicidade e Patrocínio que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

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

22.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Especial de Licitação.

22.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva aos demais recursos.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1 Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

23.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

23.1.2 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

23.1.3 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.4 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

23.1.5 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação e nas penalidades previstas em Lei.

23.1.6 Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública.

23.1.7 A Comissão Especial de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

23.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 e terá a seguinte pauta inicial:

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

23.2.1 O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se:

- a) não estiver identificado; e
- b) não apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 23.2.1, a Comissão Especial de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

23.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3; e
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

23.2.2.1 A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.2.2.1.1 Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Licitação.

23.2.2.2 Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Licitação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que, inequivocamente, identifiquem a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão Especial de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.3 A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 23.2.2 acima.

23.2.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Licitação.

23.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.6 e seguintes.

23.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Licitação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22 todos deste Edital.

23.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada);
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital e de seus anexos;
- c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 1;
- d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital e de seus anexos; e
- f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.4, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase

23.2.7 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a pontuação, de cada membro, para cada subquesito da Capacidade de Atendimento e as pontuações para o quesito do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão

23.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21, para participar da segunda Sessão Pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7.1, se for o caso; e

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.3.1 Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão Especial de Licitação.

Terceira Sessão

23.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos do subitem 15.3 e dar conhecimento sobre ela aos representantes das licitantes presentes;
- f) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, as licitantes que:

f1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e

f2) tenham apresentado a Proposta de menor preço ou concordado em praticá-lo, nos termos estabelecidos no item 15 deste Edital.

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 todos deste Edital.

Quarta Sessão

23.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'a' do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/1993;
- g) informar que será publicado, na forma do item 21, os nomes das licitantes vencedora desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

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

24.2 Serão vencedoras desta Concorrência as 4 (quatro) licitantes que:

- a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;
- b) tenha apresentado a Proposta de menor preço ou concordado em praticá-lo, a partir da negociação prevista no inciso II, §1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, nos termos estabelecidos no item 15 deste Edital; e
- c) tenham sido habilitadas, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

24.3 Imediatamente após a homologação do resultado desta Concorrência, o presidente da Comissão Especial de Licitação elaborará e encaminhará à Coordenação-Geral de Administração de Contrato do Departamento de Gestão e Normas/MCOM, relatório contendo a exposição dos principais atos e fatos pertinentes ao processamento licitatório, conforme art. 33 da Instrução Normativa SECOM nº 3/2018.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1 As licitantes vencedoras terão o prazo de 10 (dez) dias corridos, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da Minuta que constitui o Anexo IV, e o prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista na Cláusula Décima Segunda da referida minuta.

25.1.1 Para a celebração dos contratos, as licitantes vencedoras deverão comprovar que possuem, em atividade, inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ no Distrito Federal.

25.1.2 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado mediante solicitação formal, a juízo do MCOM, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

25.2 Se alguma das licitantes vencedoras não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o MCOM poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação do certame, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

25.3 Antes da celebração dos contratos, o MCOM efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal- CADIN, conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

25.4 Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e de seus anexos, os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência, a Proposta de Preço e o Manual de Procedimentos das Ações de Publicidade editado pela SECOM.

26. GARANTIA DE EXECUÇÃO

26.1 As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da Minuta de Contrato (Anexo IV) deste Edital.

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DA CONTRATANTE

27.1 As obrigações da contratada e da contratante, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas nas Cláusulas Quinta e Sexta da Minuta de Contrato (Anexo IV) deste Edital.

28. FISCALIZAÇÃO

28.1 O MCOM nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo IV) deste Edital.

29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1 A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da Minuta de Contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos na Proposta de Preço, observado o item 15 deste Edital.

29.2 A forma e as condições de pagamento pelos serviços prestados estão estabelecidas na Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV) deste Edital.

30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS E CONDUTAS ANTICORRUPÇÃO

30.1 Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre o valor contratual previsto no subitem 3.1 deste Edital, independentemente de outras sanções e penalidades dispostas na Lei nº 8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado; e

b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

30.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.2 deste Edital.

30.2 Independentemente das sanções previstas no subitem 30.1 deste Edital, a licitante não poderá compactuar com as seguintes práticas:

a) Corrupção: oferecer, dar, receber ou solicitar, direta ou indiretamente, qualquer vantagem com o objetivo de influenciar a ação de servidor público no processo de licitação;

b) Fraude: falsificar ou omitir fatos, com o objetivo de influenciar o processo de licitação;

c) Conluio: esquematizar ou estabelecer um acordo entre dois ou mais licitantes, com ou sem o conhecimento de representantes da licitante, visando estabelecer preços em níveis artificiais e não-competitivos;

d) Coerção: causar ameaça ou dano, direta ou indiretamente, às pessoas ou sua propriedade, visando influenciar sua participação no procedimento licitatório; e

e) Obstrução: causar os atos de que tratam as alíneas 'a', 'b', 'c' e 'd' e atos com a intenção de impedir materialmente o exercício do direito de o organismo financeiro multilateral promover inspeção.

30.3 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas contratadas, sem justificativa aceita pela SECOM, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (Anexo IV) deste Edital.

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

31.1 É facultada à Comissão Especial de Licitação ou à autoridade competente, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveriam constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

31.2 A Subcomissão Técnica poderá proceder vistoria da infraestrutura que as licitantes apresentaram no quesito Capacidade de Atendimento da Proposta Técnica, que estarão à disposição do MCOM para a execução do contrato.

31.3 A Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica, conforme o caso, deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 31.1 e 31.2 deste Edital.

31.4 Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o MCOM tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

31.4.1 Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, pelos fatos referidos no subitem precedente, o MCOM poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação do certame, ou revogar esta Concorrência.

31.5 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas for rescindido, nos casos previstos no contrato e na legislação, mormente o art. 80, da Lei nº 8.666/1993, ou não for prorrogado, o MCOM poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação do certame, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

31.6 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

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

31.8 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

31.9 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

31.9.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

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

31.10 Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

31.11 Correrão por conta do MCOM as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no parágrafo único do art. 61 da Lei nº 8.666/1993.

31.12 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária do foro de Brasília/DF.

31.13 Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Modelo de Procuração;
- c) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;
- d) Anexo IV: Minuta de Contrato;
- e) Anexo V: Avaliação de Desempenho de Agência de Propaganda.

<local e data>

<Presidente da Comissão Especial de Licitação>

IVANCIR GONÇALVES DA ROCHA CASTRO FILHO
AUTORIDADE COMPETENTE

ANEXO I

BRIEFING

1. SITUAÇÃO GERAL

Breve histórico da Secretaria Especial de Comunicação Social

Em 1967, o [Decreto-Lei nº 200](#) estabeleceu regras sobre os sistemas de atividades auxiliares do Governo Federal, o que foi a base para a instituição do que hoje conhecemos como o Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal, o SICOM.

Chamado inicialmente de Sistema de Comunicação Social do Poder Executivo, pelo [Decreto nº 67.611 de 19 de novembro de 1970](#), o sistema tinha o encargo de formular e aplicar uma política que fosse capaz de, no campo interno, predispor, motivar e estimular a vontade coletiva para o esforço nacional de desenvolvimento e, no campo externo, contribuir para o melhor conhecimento da realidade brasileira, e tinha como seu órgão central a Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República.

Em maio de 1979, a [Lei nº 6.650](#) criou na estrutura da Presidência da República a Secretaria de Comunicação Social - SECOM, à qual se vinculava a Empresa Brasileira de Radiodifusão - Radiobras, e converteu a Agência Nacional em empresa pública, denominada Empresa Brasileira de Notícias – EBN, também vinculada à SECOM. Em seguida, a Secretaria de Imprensa também foi criada dentro da Secretaria de Comunicação Social.

As atribuições de planejamento, execução e controle, inclusive dos contratos de publicidade e da comunicação social do Governo cabiam à Radiobras e, além dessas atribuições, somavam-se as atividades intrínsecas à sua natureza, tais como: a radiodifusão educativa, recreativa e institucional do Governo.

Na época, a área de competência da SECOM abrangia a política de Comunicação Social, a divulgação de atividades e de realizações governamentais, dentre outras atividades de comunicação social.

Os órgãos e entidades integrantes do SICOM, sem prejuízo de sua subordinação ao dirigente do órgão em cuja estrutura se integravam, passaram a estar sujeitos à orientação normativa, à supervisão técnica e à fiscalização específica da SECOM, novo órgão central do Sistema.

Em 10 de março de 1990, o [Decreto nº 99.244](#) vinculou a Empresa Brasileira de Comunicação S.A - EBC ao Ministério da Justiça e com a [Medida Provisória nº 398](#), de outubro de 2007, a EBC teve sua constituição autorizada ao Poder Executivo para prestação de serviços de radiodifusão pública e serviços conexos.

Posteriormente, a Radiobras foi incorporada à EBC, que a sucedeu nos seus direitos e obrigações, absorvendo, mediante sucessão trabalhista, os empregados integrantes do seu quadro de pessoal. E por meio do [Decreto nº 6.246](#), também de outubro de 2007, foi criada oficialmente a EBC, vinculada à SECOM.

Durante sua história, a SECOM agregou diversas funções e responsabilidades, dentre elas, a coordenação, a supervisão e o controle da publicidade dos órgãos e das entidades da Administração Pública Federal, Direta e Indireta, bem como a convocação de redes obrigatórias de rádio e televisão, para pronunciamentos oficiais do Presidente da República e dos Ministros de Estado.

É da SECOM a responsabilidade sobre a publicidade de utilidade pública do Governo Federal, além da centralização da publicidade institucional, que antes contava com ações isoladas das assessorias dos ministérios. Por outro lado, as entidades da Administração Indireta (regidas pela Lei nº 13.303, de 2016) também realizam as respectivas ações de publicidade institucional, com a chancela da marca do Governo Federal.

Em 2 de janeiro de 2019, por força do [Decreto nº 9.669](#), revogado pelo Decreto nº 9.980, de 20 de agosto de 2019, que aprovou a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança da Secretaria de Governo da Presidência da República, a SECOM passou a exercer o papel de órgão específico e singular da Secretaria de Governo, que assiste direta e imediatamente o Presidente da República.

Em 10 de junho de 2020, por meio da Medida Provisória nº 980, a SECOM deixou de estar vinculada à estrutura regimental da Secretaria de Governo da Presidência da República e suas atividades foram absorvidas pelo novo Ministério das Comunicações, com execução efetuada pela Secretaria de Publicidade e Promoção e pela Secretaria de Comunicação Institucional, conforme Estrutura Regimental aprovada pelo Decreto nº 10.462, de 14 de agosto de 2020.

Nos termos do inciso IV do artigo 1º do Anexo I do Decreto nº 10.462, de 14 de agosto de 2020, o Ministério das Comunicações assumiu como uma de suas áreas de competência a política de comunicação e divulgação do Governo Federal.

Com a publicação da Lei nº 14.074, de 14 de outubro de 2020, que alterou a Lei nº 13.844, de 18 de junho de 2019, a Secretaria Especial de Comunicação Social foi inserida na Estrutura Regimental do Ministério das Comunicações, para abranger a Secretaria de Publicidade e Promoção e a Secretaria de Comunicação Institucional. E com o Decreto nº 10.747, de 13 de julho de 2021, a Secretaria de Publicidade e Promoção passou a ser denominada Secretaria de Publicidade e Patrocínio.

Entretanto, independentemente de sua vinculação na estrutura do Executivo Federal, de acordo com o inciso V do artigo 6º do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, compete à SECOM o planejamento, o desenvolvimento e a execução das ações de comunicação do Governo Federal, dentre elas a publicidade de natureza institucional e de utilidade pública, utilizando-se de orçamento específico para esse fim, com observância da eficiência e da racionalidade na sua aplicação.

A comunicação do Poder Executivo Federal

A comunicação do Poder Executivo Federal baseia-se no princípio constitucional da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Estado.

A publicidade dos atos, dos programas, das obras e dos serviços públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social e deve estar vinculada a objetivos sociais e de interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e de promoção da transparência e do controle social.

Por ser responsável pela comunicação do Governo Federal, a SECOM tem o compromisso de garantir a efetiva disseminação de informações de interesse público, como direitos e serviços colocados à disposição do cidadão, além de projetos, políticas, programas e investimentos governamentais que trazem benefícios, diretos e indiretos, para o país e para a sociedade.

E para cumprimento de suas competências institucionais e execução adequada de suas atividades, a SECOM estabeleceu, como missão e visão de futuro, os seguintes objetivos:

Missão:

- Promover a comunicação do Governo Federal com a sociedade e ampliar o acesso às informações de interesse público.

Visão de futuro:

- Ser referência em soluções inovadoras e boas práticas de comunicação entre Governo e sociedade.

Nessa linha de atuação, a SECOM prioriza o uso integrado das ferramentas de comunicação social, estabelecidas no artigo 3º do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, com vistas a agregar maior assertividade e eficácia à comunicação governamental, por meio da readequação das estratégias de comunicação adotadas na divulgação das temáticas prioritárias do Governo, de forma a maximizar os resultados alcançados e rentabilizar os investimentos públicos, destinados para esse fim.

Objetivos e Diretrizes de Comunicação do Poder Executivo Federal

Nos termos do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, as ações de comunicação do Poder Executivo Federal devem apresentar, principalmente, os seguintes objetivos:

- I - Dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal;
- II - Divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III - Estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas;
- IV - Disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais; e
- V - Promover o Brasil no exterior.

No desenvolvimento e na execução dessas ações devem ser observadas as diretrizes abaixo descritas, de acordo com as suas características e especificidades:

- I - Afirmação dos valores e princípios da Constituição;
- II - Atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- III - Preservação da identidade nacional;
- IV - Valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;
- V - Reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;
- VI - Valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;
- VII - Vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- VIII - Adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;
- IX - Uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;
- X - Valorização de estratégias de comunicação regionalizada;
- XI - Observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos; e
- XII - Difusão de boas práticas na área de comunicação.

O presente *briefing* apresenta desafios e objetivos de comunicação do Governo Federal, com vistas a dar subsídios às empresas licitantes na proposição de campanha publicitária, no âmbito desta Concorrência realizada pela SECOM para contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agências de propaganda.

A marca do Governo Federal

A marca do Governo Federal tem como objetivo representar o lema ou conceito que traduz o foco prioritário de determinada gestão e cumpre o importante papel de fortalecer o posicionamento institucional e de promover o alinhamento das ações de comunicação dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal.

Nesse sentido, as ações publicitárias dos integrantes do SICOM são obrigatoriamente identificadas com a marca do Governo Federal, conforme estabelece o artigo 22 da Instrução Normativa SECOM nº 2, de 20 de abril de 2018, devendo ser observadas as orientações constantes do Manual de Uso da Marca, disponível no sítio da SECOM na internet:

http://antigo.secom.gov.br/atuacao/publicidade/orientacoes-para-o-uso-da-marca-do-governo-federal-arquivos/manual-de-uso-da-marca-do-governo-federal-janeiro-2019_v06.pdf

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

A Independência do Brasil é um dos acontecimentos mais importantes da história do país, pois retrata um episódio que corresponde à ruptura do domínio português sobre a nação, principalmente nas relações econômica e política.

De acordo com a história, no dia 7 de setembro de 1822, voltando para o Rio de Janeiro, o então Príncipe Regente Dom Pedro de Alcântara se encontrava às margens do riacho Ipiranga, em São Paulo, quando recebeu os últimos decretos de Lisboa, um dos quais o transformava num simples governador, sujeito às autoridades das Cortes. Diante disso, Dom Pedro decidiu cortar os laços que uniam o Brasil a Portugal, ordenando a todos os presentes que tirassem dos uniformes as insígnias portuguesas.

Esse marco histórico também é conhecido como o 'Grito de Independência', pois Dom Pedro teria dito em alto e bom som a frase 'independência ou morte', à guarda que o acompanhava. Daquele momento em diante este seria o lema de todos os brasileiros.

Nos dias atuais, o grito de independência continua representando o sentimento de muitos brasileiros que almejam e lutam por um país melhor e mais justo e por uma nação em que todos tenham sempre assegurados os direitos fundamentais estabelecidos pela Constituição Federal.

O fato é que celebrar os 200 anos da Independência do Brasil também configura uma importante oportunidade para promover uma reflexão a respeito da história do país que, de certa forma, é muito pouco conhecida pela maioria da população e também servir de inspiração para levar adiante os grandes projetos propostos pelo atual governo no sentido de obter a independência e prosperidade plenas do país.

O Brasil tem uma história muito bonita, uma história de liberdade, uma história que ensina sobre a soberania do Brasil e sobre o desejo de liberdade. É importante que todos os cidadãos conheçam e reflitam adequadamente sobre essa história, pois o seu desconhecimento tem consequências sociais, políticas e culturais, lembrando que a Independência foi um processo decisivo para o país, que não se resume ao dia 7 de setembro e ao grito do imperador.

E as comemorações pelos 200 anos de Independência podem contribuir para que a sociedade pense melhor a respeito do Brasil de hoje e do que precisa ser feito para a construção de um país melhor a cada dia, para as gerações presentes e futuras. Porque resgatar os 200 anos de Independência não é olhar para trás, nem se fixar exclusivamente em datas, fatos, personagens, heróis, mas, sim, olhar para frente, pois quem não sabe de onde veio, não sabe para onde vai, e quem não aprendeu com as experiências do passado poderá cometer os mesmos erros e enganos no futuro.

A campanha publicitária do Governo Federal terá o importante desafio de fazer frente a informações não correspondentes à realidade disseminadas por parte da mídia e em redes sociais, as quais não correspondem às várias entregas e políticas públicas positivas implementadas pelo Governo, e que acabam gerando um sentimento de rejeição, que pode afetar diretamente a receptividade e a compreensão das mensagens a serem divulgadas. A campanha deve exaltar, também, o sentimento de confiança, esperança e otimismo dos brasileiros.

Por tratar-se de uma avaliação da capacidade técnica das agências de propaganda a serem contratadas, as licitantes deverão também planejar, a seu critério, uma programação de atividades no âmbito nacional, com vistas a incrementar as respectivas propostas de Soluções Criativas, no âmbito da Proposta Técnica a ser apresentada, nos termos do presente Edital.

Para este exercício, as licitantes também deverão propor estratégias de mídia que permitam alcançar os brasileiros nos mais distantes rincões do país, diversificando o investimento nos meios e veículos de divulgação, de forma a garantir que os objetivos de comunicação sejam alcançados junto aos diferentes perfis de públicos-alvo.

Vale lembrar que as campanhas propostas pelas licitantes neste certame poderão ser, posteriormente, ajustadas e executadas pela SECOM, a seu critério, caso sejam de autoria de uma das empresas vencedoras.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

Geral:

- Vincular a mensagem e os resultados da independência do Brasil, ocorrida em 1822, à necessidade e ao anseio de “libertar-se de amarras” acumuladas ao longo do tempo e agravadas pela pandemia, utilizando as potencialidades, riquezas do país e as qualidades do povo brasileiro, como mola propulsora para a construção de uma nação eficiente, fraterna e próspera.

Específicos:

- Propor e divulgar atividades a serem apresentadas pelas licitantes, tendo por base os desafios ora enfrentados pelo país;
- Estimular uma reflexão sobre o Brasil, as lições e conquistas alcançadas no decorrer de sua história, abordando os desafios a serem superados e as oportunidades que devem ser aproveitadas para a construção de um país melhor para todos;
- Ressaltar os principais acontecimentos da história do país, conectando-os ao tempo presente, de modo a inspirar a construção de um futuro promissor para a nação;
- Valorizar a cultura e as riquezas do Brasil;
- Ressaltar a força, a determinação e o talento do povo brasileiro;
- Promover um clima de esperança, coragem e otimismo, mobilizando a população com o intuito de aflorar e intensificar o sentimento de patriotismo; e
- Encorajar a população para uma postura positiva e confiante em relação ao país, para a construção de um futuro melhor.

4. PÚBLICOS-ALVO

Prioritário: Sociedade em geral (homens e mulheres, maiores de 12 anos, de todas as classes sociais).

Secundário: Formadores de opinião.

5. PRAÇA

Nacional, observados os objetivos e diretrizes de comunicação constantes deste *briefing*.

6. PERÍODO

O período da presente campanha deve ser proposto pelas licitantes, com base nos desafios e objetivos de comunicação ora apresentados, bem como nas respectivas estratégias de comunicação, iniciando em janeiro de 2022 e observadas as restrições legais.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

No cálculo de alocação dos valores a serem aplicados na presente campanha, para produção, veiculação, distribuição ou exposição das peças publicitárias, a licitante deve considerar, como referencial, a verba de R\$ 60.000.000,00 (sessenta milhões de reais).

8. MAIS INFORMAÇÕES

Mais informações relacionadas às ações e medidas do Governo Federal podem ser obtidas nos canais oficiais do Governo Federal.

9. CANAIS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Em caráter complementar e para reforçar os esforços publicitários, o Governo Federal pode dispor dos seguintes canais oficiais de comunicação:

- Portal GOV.BR: <https://www.gov.br/pt-br>
- Portal Planalto: <https://www.gov.br/planalto/pt-br>
- Perfis do Governo Federal em Redes Sociais: *Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, etc.*
- Perfis do Planalto em Redes Sociais: *Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, etc.*
- Empresa Brasil de Comunicação – EBC: TV Brasil.
- Programa A Voz do Brasil.

Observação: Não devem ser considerados como recursos de comunicação os espaços gratuitos em rádio e televisão eventualmente utilizados pelo Poder Executivo Federal.

10. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

Informações relativas aos investimentos publicitários do Governo Federal a partir da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, podem ser encontradas no seguinte endereço eletrônico:

<https://sistema2.planalto.gov.br/gestaosecom/liquidacao/pagamento/ordem-cronologica/>

11. PERFIL DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO DA SECOM

A distribuição de investimentos realizados pela SECOM em 2020, informados na tabela abaixo, não é parâmetro vinculante para as próximas estratégias de comunicação.

QUADRO RESUMO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO (R\$)		
2020		
PRODUÇÃO	12.744.161,00	9,97%
MÍDIA	115.045.041,04	90,03%
TOTAL	127.789.202,04	100,00%

Fonte: Secomweb – jan/2021.

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência MCOM nº XX/ 2021**.

Poderes

Apresentar propostas e documentos, participar de sessões públicas de abertura propostas e de documentos de habilitação, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

<local e data>

<nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais>

<Observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação>

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência MCOM nº 01/ 2021

1. PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO:

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

I.% (<percentual por extenso>) de honorários, a serem cobrados do MCOM, incidentes sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

a) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste realizadas a suas expensas; e

c) à reimpressão de peças publicitárias, assim entendida a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas;

II.% (<percentual por extenso>) de honorários, a serem cobrados do MCOM, incidentes sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III.% (<percentual por extenso>) de honorários a serem cobrados do MCOM, incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços que prestamos na intermediação, supervisão, monitoramento de *performance* e otimização dessa distribuição que não nos proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e

IV.% (<percentual por extenso>) de honorários a serem cobrados do MCOM, incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação

publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

V.% (<percentual por extenso>) de repasse ao MCOM correspondente à parcela do desconto-padrão nos concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, referentes à compra de tempo e espaço, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

1.1.1. Estamos cientes de que os honorários de remuneração de que trata o inciso III do subitem anterior não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam nos remunerar devidamente pela intermediação, supervisão, monitoramento de *performance* e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

1.1.2. Também estamos cientes de que na gestão pelo MCOM dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração prevista no inciso III do subitem 1.1, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto para essa distribuição.

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 60 (sessenta) dias, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. OUTRAS DECLARAÇÕES:

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo IV do Edital).

2.2 Estamos cientes de que o MCOM procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de comunicação e divulgação, transferindo ao MCOM todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de comunicação e divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do MCOM, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV do Edital).

2.5 Estamos cientes de que, em nenhum caso, sobreporemos nossos planos de incentivo aos interesses do MCOM, conforme disposto no subitem 5.8.4 e 5.8.4.5 do Edital.

2.6 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital e seus anexos da Concorrência em referência.

<local e data>

<nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais>

ANEXO IV

MINUTA DE CONTRATO

CLÁUSULA PRIMEIRA	LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS
CLÁUSULA SEGUNDA	OBJETO
CLÁUSULA TERCEIRA	VIGÊNCIA
CLÁUSULA QUARTA	VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
CLÁUSULA QUINTA	OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA
CLÁUSULA SEXTA	OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
CLÁUSULA SÉTIMA	FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO
CLÁUSULA OITAVA	REMUNERAÇÃO
CLÁUSULA NONA	DESCONTO DE AGÊNCIA
CLÁUSULA DÉCIMA	DIREITOS AUTORAIS
CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA	LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS
CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA	GARANTIA DE EXECUÇÃO
CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA	RESCISÃO
CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA	DISPOSIÇÕES GERAIS
CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA	FORO

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM A UNIÃO, POR INTERMÉDIO DO MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, E A <Razão Social da contratada>

CONTRATO Nº XXX/ 2021

A **União**, por intermédio do Ministério das Comunicações, inscrito no CNPJ/ME sob o nº XX.XXX.XXX/XXX-XX, neste ato representada pelo Secretário Especial de Comunicação Social, <qualificação do representante>, de acordo com a competência prevista no art. Xº da Portaria nº XX, de ___/___/___, publicada no Diário Oficial da União de ___/___/___, doravante designado **CONTRATANTE**, e a empresa <RAZÃO SOCIAL DA CONTRATADA>, inscrita no CNPJ/ME sob o nº <número>, estabelecida no <endereço completo>, neste ato representada <Nome do Representante>, <qualificação do representante>, daqui por diante denominada **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência nº XX/2021, consoante consta do Processo SEI nº 53115.019144/2020-61, mediante os termos e condições a seguir:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 8.666/1993.

1.1.1 Aplicam-se também a este contrato o Decreto nº 6.555/2008, o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002, o Decreto nº 3.722/2001, a Instrução Normativa SECOM nº 2/2018, a Instrução Normativa SECOM nº 3/2018, a Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 5/2017 e as normas correlatas e os dispositivos deste contrato.

1.2 Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato, o Edital da Concorrência nº XX/2021 e seus anexos, a Proposta Técnica da **CONTRATADA**, a Proposta de Preços com ela negociada e o Manual de Procedimentos das Ações de Publicidade da **CONTRATANTE**.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1 Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da **CONTRATANTE** junto a públicos de interesse.

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato; e

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.2 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.3 O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de comunicação e divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.4 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas; e

c) possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.5 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.1.5.2 A **CONTRATADA** atuará de acordo com solicitação da **CONTRATANTE**, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura.

3.1.1 A **CONTRATANTE** poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57da Lei nº 8.666/1993.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação dos preços praticados, a fim de demonstrar a vantajosidade para a Administração, e avaliação de desempenho da **CONTRATADA**, a ser efetuada pela **CONTRATANTE**.

4. CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 O valor deste contrato, decorrente da Concorrência MCOM nº XX/2021, está estimado em **R\$ 450.000.000,00** (quatrocentos e cinquenta milhões), pelos primeiros 12 (doze) meses e será executado de acordo com o previsto no subitem 4.2.

4.2 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2021 consta da Lei Orçamentária Anual – 2021, nas seguintes funcionais programáticas:

FUNCIONAL PROGRAMÁTICA	AÇÃO	PROGRAMA
24.131.0032.2017.0001	2017 - Comunicação Institucional	0032 – Programa de Gestão e Manutenção do Poder Executivo
24.131.0032.6410.001	4641 - Publicidade de Utilidade Pública	

4.3 Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1 Na prorrogação, a **CONTRATANTE** renegociará, se necessário, os percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter vantajosidade para a Administração e ou garantir o equilíbrio econômico-financeiro deste contrato.

4.3.2 A **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão das formas e dos percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, em decorrência das mecânicas e referências de mercado.

4.4 A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.4.1 A execução contratual se dará sob demanda e estará condicionada à existência de disponibilidade orçamentária, respeitado o exercício financeiro, cujo valor não excederá os créditos orçamentários ou adicionais consignados ao MCOM.

4.5 No interesse da **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.

5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1 Operar com organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.2 Centralizar o comando da publicidade em Brasília-DF, onde, para esse fim, manterá um preposto à disposição da **CONTRATANTE**, para interlocução permanente, com vistas a garantir o fiel cumprimento das exigências vinculadas à prestação dos serviços contratados.

5.2.1 A designação do preposto pela **CONTRATADA** deverá ser feita antes do início da prestação dos serviços, com descrição expressa dos poderes e deveres a ele conferidos, em relação ao objeto do contrato.

5.2.2 Eventual substituição do preposto pela **CONTRATADA** deverá ser previamente comunicada à **CONTRATANTE** e poderá ocorrer desde que o nível de experiência e qualificação seja equivalente ou superior ao do preposto anterior.

5.2.3 O preposto indicado pela **CONTRATADA** poderá ser recusado justificadamente pela **CONTRATANTE**, quando não atender ao disposto no subitem 5.2 deste contrato, devendo a **CONTRATADA**, nesses casos, designar outro para o exercício da atividade.

5.3 Manter equipe capaz de atuar tempestivamente no atendimento de demandas da **CONTRATANTE** e na execução das campanhas em desenvolvimento.

5.3.1 A **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para execução dos serviços objeto do presente contrato ou outros serviços complementares e acessórios que venham a ser necessários, garantindo a celeridade e qualidade na prestação dos serviços.

5.3.2 Nos casos em que for imprescindível a presença de outros profissionais da **CONTRATADA** em reuniões de *briefing*, ou em qualquer outra do interesse da **CONTRATANTE**, que estejam lotados na matriz ou filial localizadas fora de Brasília/DF, a participação poderá ser feita, a critério da **CONTRATANTE**, por meio de videoconferência.

5.4 Comprovar, no prazo máximo de 20 (vinte) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que mantém em seu quadro próprio uma equipe mínima de profissionais qualificados para atendimento imediato e permanente das demandas da **CONTRATANTE**, representados conforme abaixo:

- a) 2 (dois) profissionais de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- b) 2 (dois) profissionais de criação, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- c) 1 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- d) 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área; e
- e) 1 (um) profissional de análise de dados (*business Intelligence*), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 3 (três) anos na área.

5.4.1 A qualificação dos profissionais da **CONTRATADA**, acima especificada deve ser mantida durante toda a vigência do contrato, a fim de garantir integralmente a qualidade dos serviços prestados pelos profissionais à **CONTRATANTE**.

5.4.2 Eventual substituição dos profissionais descritos no subitem 5.4 pela **CONTRATADA** deverá ser previamente comunicada à **CONTRATANTE** e poderá ocorrer desde que o nível de experiência e qualificação seja equivalente ou superior ao dos profissionais anteriores.

5.4.3 Constituir e manter em Brasília/DF, em parceria com as outras agências contratadas, em decorrência da concorrência que deu origem a este instrumento, às suas expensas, um Núcleo de Mídia, sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos.

5.4.3.1 As questões vinculadas à constituição e manutenção do Núcleo de Mídia, tais como quantitativo e qualificação da equipe de profissionais, estrutura física e recursos materiais e tecnológicos, bem como a dinâmica de divisão das despesas decorrentes das atividades por ele desempenhadas, serão absorvidos pelas **CONTRATADAS**, mediante acordo por elas firmado.

5.4.3.1.1 Antes do início das atividades, as **CONTRATADAS** deverão apresentar para a **CONTRATANTE** o detalhamento de como se dará a constituição e manutenção do Núcleo de Mídia, bem como a sua gestão administrativa e estrutura operacional.

5.4.3.1.2 Eventuais ajustes na gestão ou estrutura do Núcleo de Mídia deverão ocorrer em comum acordo entre a **CONTRATANTE** e as **CONTRATADAS**.

5.4.3.2 Para composição do Núcleo de Mídia, as **CONTRATADAS** deverão providenciar o seguinte quadro mínimo de profissionais e respectivas qualificações mínimas:

- a) 1 (um) Gerente de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 5 (cinco) anos, em planejamento e execução de mídia;
- b) 3 (três) Supervisores de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na execução de mídia;
- c) 2 (dois) Coordenadores de Mídia: possuir graduação superior, ou estar frequentando curso superior, e ter experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, na execução de mídia;
- d) 8 (oito) Assistentes de Mídia – Nível Superior: possuir graduação superior, ou estar frequentando curso superior, e ter experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, na execução de mídia;
- e) 5 (cinco) Assistentes de Mídia – Nível Técnico: possuir nível médio, estar frequentando curso superior e ter experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em atividades publicitárias;
- f) 1 (um) Supervisor de Inteligência e Estratégia Digital (*Business Intelligence*): possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, em análise de dados e otimização de campanhas na Internet;
- g) 1 (um) Coordenador de Inteligência e Estratégia Digital (*Business Intelligence*): possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano em análise de dados e otimização de campanhas na Internet;
- h) 2 (dois) Analistas de Dados: possuir graduação superior, ou estar frequentando curso superior, e ter experiência comprovada de mínimo 1 (um) com análise e tratamento de dados;
- i) 1 (um) Assistente de Inteligência e Estratégia Digital (*Business Intelligence*): possuir graduação superior, ou estar frequentando curso superior, e ter experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, na execução de mídia digital;
- j) 1 (um/a) Secretário(a).

5.4.3.2.1 A equipe de profissionais do Núcleo de Mídia poderá ser readequada pelas **CONTRATADAS**, a qualquer tempo, durante a execução contratual, com vistas a melhor corresponder às necessidades e ao volume de serviços prestados à **CONTRATANTE**.

5.4.3.2.2 A readequação de que trata o subitem anterior deverá ser formal e previamente comunicada à **CONTRATANTE**, sendo que na substituição de profissionais as **CONTRATADAS** deverão promover, necessariamente, um nível de experiência e qualificação equivalente ou superior ao dos profissionais descritos no subitem 5.4.3.2.

5.4.3.3 Incluir-se, na readequação de que trata o subitem 5.4.3.2.1, no interesse da CONTRATANTE e visando garantir maior celeridade nas relações laborais, a instalação da equipe de profissionais do Núcleo de Mídia, a fim de desempenhar suas funções nas dependências da CONTRATANTE.

5.4.3.3.1 O uso de espaço físico nas dependências da CONTRATANTE para a instalação da equipe de profissionais do Núcleo de Mídia, obedecerá as orientações emanadas da Coordenação-Geral de Recursos Logísticos da Subsecretaria de Orçamento e Administração da Secretaria-Executiva do Ministério das Comunicações, com base no art. 12 do [Decreto nº 3.725, de 10 de janeiro de 2001](#), a título oneroso, e normas correlatas.

5.4.4 O Núcleo de Mídia desempenhará as seguintes atividades:

I. Desenvolver estudos técnicos com vistas a evidenciar tendências ou a evolução de:

- a) mídia e/ou formas inovadoras de publicidade no meio internet;
- b) custos de tabelas de preços dos principais veículos;
- c) circulação de jornais e revistas (IVC); e
- d) CPM e CPP nos principais mercados;

II. Manter controle de ações ou campanhas publicitárias da **CONTRATANTE**, tais como:

- a) conferir e consolidar o planejamento de mídia tradicional e o planejamento de formas inovadoras de publicidade no meio internet, no que se refere aos valores finais;
- b) elaborar mapa-choque de veiculação/execução e de investimentos por veículo (*off-line* e *on-line*) e por fornecedor, por campanha e por agência, para evitar a sobreposição de espaços;
- c) acompanhar, monitorar, avaliar o desempenho da publicidade no meio internet, a fim de readequar suas estratégias às formas inovadoras de publicidade; e
- d) avaliar o desempenho das campanhas publicitárias e apresentar os resultados alcançados;

III. Elaborar e fornecer à **CONTRATANTE** relatórios e dados brutos sobre:

- a) veiculações planejadas e realizadas; e
- b) verba por campanha, por veículo de divulgação, por fornecedor de formas inovadoras de publicidade no meio internet, por agência de propaganda, por período de veiculação;

IV. Consolidar dados de pesquisas de avaliação, fornecidos pelas agências **CONTRATADAS**, para subsidiar avaliação de propostas; e

V. Operacionalizar o Cadastro de Veículos - MídiaCad, nos termos estabelecidos pelo MCOM.

5.4.4.1 O Núcleo de Mídia deverá iniciar suas atividades em até 30 (trinta) dias corridos, após a assinatura deste contrato, e terá a qualidade dos serviços prestados periodicamente avaliada pela **CONTRATANTE**.

5.5 Manter, durante a vigência contratual, a inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ no Distrito Federal, a ser utilizado nos processos de liquidação e pagamento de despesas vinculadas à execução contratual, conforme disposto no subitem 25.1.1 do Edital de Concorrência que deu origem a este contrato.

5.6 Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos e demais meios de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela **CONTRATANTE**.

5.7 Manter, na execução dos serviços objeto deste contrato, a formação e a experiência equivalentes ou superiores àquelas descritas nos currículos dos profissionais apresentados pela **CONTRATADA** no quesito Capacidade de Atendimento, referentes à sua Proposta Técnica, oriunda da Concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação, pela **CONTRATANTE**, do nível de qualidade durante a prestação dos serviços.

5.8 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de comunicação e divulgação e transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

5.8.1 Pertencem à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou replicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.8.2 O disposto no subitem 5.8.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de comunicação e divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.8.3 Eventual desconto por antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.8.4 A **CONTRATADA** não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da **CONTRATANTE**, preterindo veículos de comunicação e divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.8.5 O desrespeito ao disposto no subitem 5.8.4 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da **CONTRATADA** e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.9 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.

5.10 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à **CONTRATANTE**:

- a) fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;
- b) só apresentar cotações de preços, ou documento que as substitua, obtidos junto a fornecedores aptos que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, relacionado às atividades complementares ao objeto deste contrato;
- c) apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores especializados cadastrados no Sistema de Referências de Custos (SIREF), mantido pela **CONTRATANTE**;
- d) exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;
- d1) o orçamento original a ser apresentado no formato digital, anexado pela **CONTRATADA** ao respectivo serviço no SecomWeb deverá conter elementos de identificação do fornecedor (logomarca da empresa, nome empresarial, CNPJ ou CPF, endereço, telefone) bem como a identificação do responsável pela cotação (nome completo, cargo na empresa, assinatura, RG e CPF);
- d2) juntamente com o orçamento deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido; e
- d3) em cada orçamento encaminhado, deve constar a seguinte declaração, assinada pelo empregado da **CONTRATADA** responsável pela documentação: *“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”*.

5.10.1 Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar justificativa para prévia apreciação e aprovação da **CONTRATANTE**.

5.10.2 Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor total deste contrato, a **CONTRATADA** coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em Sessão Pública, convocada e realizada sob a fiscalização da **CONTRATANTE**.

5.10.3 A **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores, dentre outras fontes de referência de preço, conforme o caso.

5.10.4 Se e quando julgar conveniente, a **CONTRATANTE** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela **CONTRATADA**, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.10.5 A **CONTRATADA** está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos artigos 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.10.6 Cabe à **CONTRATADA** informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.10.7 As disposições estabelecidas nos subitens 5.10 e vinculados não se aplicam à compra de mídia.

5.11 Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.

5.11.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e

b) algum dirigente ou empregado da **CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.12 Obter a autorização prévia e formal da **CONTRATANTE** para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores ou por veículos de comunicação e divulgação e com qualquer outra despesa relacionada a este contrato.

5.12.1 A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de comunicação e divulgação ou funcionalidade digital, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.12.2 A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da **CONTRATADA** sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e divulgação ou fornecedores especializados nos planejamentos de mídia e de formas inovadoras de comunicação publicitária por ela apresentados, para as ações a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.12.3 Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a **CONTRATADA** obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da **CONTRATANTE** em veículos de comunicação e divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

5.12.4 Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a **CONTRATADA** também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza *fake news*, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

5.13 Apresentar à **CONTRATANTE**, para autorização do plano de mídia e/ou do plano de novas formas de publicidade digital de cada ação ou campanha publicitária, o estudo e a relação dos meios, praças e veículos de comunicação e divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5.2, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.13.1 O estudo de que trata o subitem 5.13 deve levar em conta os meios, praças e veículos de comunicação e divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da **CONTRATANTE**, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a **CONTRATADA**.

5.13.2 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.13.1 vigorará para os planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

5.13.3 Ao final do período de 12 (doze) meses, a **CONTRATADA** apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.13.4 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.13, a **CONTRATANTE** poderá solicitar novo estudo à **CONTRATADA** e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.14 Encaminhar, sempre que solicitado pela **CONTRATANTE**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais; e

d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.14.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da **CONTRATANTE**.

5.15 Prestar os seguintes serviços à **CONTRATANTE**, como resultado da Concorrência que deu origem a este instrumento:

a) composição do Acervo da Propaganda do Governo Federal, em meio digital com as peças produzidas no decorrer da execução deste contrato e informações relativas à produção e aos direitos autorais das mesmas, observadas as definições da **CONTRATANTE**; e

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.15.1 O banco de imagens será constituído e mantido pelas agências contratadas em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a **CONTRATANTE** a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

5.16 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 5.14 e 5.15.

5.17 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela **CONTRATANTE**.

5.18 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de

comunicação e divulgação, bem como os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

5.19 Ao firmar contrato com empresas de checagem independente a **CONTRATADA** deverá fazer constar no referido instrumento que a **CONTRATANTE** terá acesso ao relatório de checagem, de que trata o inciso II do subitem 11.2, bem como aos dados brutos que o originou.

5.19.1 Os dados brutos referidos no subitem anterior têm a finalidade de subsidiar, durante a liquidação das despesas, a verificação, por amostragem, das veiculações realizadas.

5.19.2 A critério da **CONTRATANTE** o relatório referido no subitem anterior, bem como os seus dados brutos, poderão ser encaminhados diretamente pela empresa de checagem à **CONTRATANTE**, mediante solicitação.

5.20 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da **CONTRATANTE**, sem sua prévia e expressa autorização.

5.21 Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

5.22 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.23 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na Concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

5.24 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.25 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

5.26 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.27 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.28 Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.29 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de comunicação e divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria **CONTRATANTE**.

5.30 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **CONTRATANTE**.

5.30.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.31 Responder perante a **CONTRATANTE** e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.32 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**.

5.33 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.33.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à **CONTRATANTE** as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.34 Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

5.35 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 3º da Lei nº 8.666/1993 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

5.36 Observar, durante toda a execução do objeto deste contrato, as diretrizes estabelecidas para a promoção dos recursos de acessibilidade previstos nas normas vigentes.

5.37 Atuar por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de comunicação e divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

5.37.1 A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

5.37.2 A **CONTRATADA** atuará de acordo com solicitação da **CONTRATANTE**, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

5.37.3 Para a distribuição da execução dos serviços será realizada Seleção Interna, em observância ao disposto no art. 2º, §4º, da Lei nº 12.232/2010. Para tanto, a **CONTRATANTE** observará normativo que trata do procedimento e o Manual de Procedimento das Ações de Publicidade, aprovado pela Secretaria Especial de Comunicação Social, disponível na internet no endereço <https://www.gov.br/secom/pt-br> (<Menu><Acesso à informação><Manuais>).

5.38 Zelar para não incorrer em prática de atos que atentem contra o patrimônio público nacional ou estrangeiro, contra os princípios da administração pública ou contra os compromissos internacionais assumidos pelo Brasil, conforme definidos no art. 5º, da Lei Federal 12.846/2013.

5.39 Não tolerar ou compactuar com qualquer comportamento considerado corrupto, como o pagamento e/ou a cooperação com qualquer forma de suborno, a emissão ou aceitação de notas e faturas falsas, dentre outros.

6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1 Constituem obrigações da **CONTRATANTE**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;
- b) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela **CONTRATADA**;

e) notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

f) notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade; e

g) efetuar os pagamentos à **CONTRATADA** nas condições e preços pactuados.

6.2 A juízo da **CONTRATANTE**, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a **CONTRATADA** apresentou na Concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3 A **CONTRATANTE** comunicará à **CONTRATADA** por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1 A **CONTRATANTE** fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.

7.1.1 Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção.

7.2 A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

7.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da **CONTRATANTE**.

7.4 A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**.

7.5 A autorização, pela **CONTRATANTE**, dos planos de mídia ou dos planos de formas inovadoras de comunicação publicitária e dos serviços executados por fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

7.6 A ausência de comunicação por parte da **CONTRATANTE**, referente a irregularidade ou falhas, não exime a **CONTRATADA** das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7 A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8 A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

7.9 À **CONTRATANTE** é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante(s) credenciado(s) pela **CONTRATADA**.

7.10 A **CONTRATANTE** avaliará os serviços prestados pela **CONTRATADA**, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses, conforme previsto no art. 54 da Instrução Normativa SECOM nº 3/2018, ou em outro ato que a substituir.

7.10.1 A avaliação será considerada pela **CONTRATANTE** para:

a) apurar a necessidade de solicitar correções para melhorar a qualidade do atendimento e dos serviços prestados pela **CONTRATADA**;

b) servir de subsídio para fins de prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e

c) fornecer declarações sobre o desempenho da **CONTRATADA**, de modo a comprovar a capacitação técnica em licitações, quando solicitado.

7.10.1.1 A avaliação será realizada no formulário Avaliação de Desempenho de Agência de Propaganda (Anexo VI), pelas áreas técnicas que possuem relacionamento com a **CONTRATADA**.

7.10.2 A avaliação de desempenho ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

8. CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1 Honorários de% (<percentual por extenso>), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes:

I. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material não proporcione à **CONTRATADA** o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

II. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste realizadas a suas expensas; e

III. à reimpressão de peças publicitárias. Entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.2 Honorários de% (<percentual por extenso>), incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não proporcione à **CONTRATADA** o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.2.1 A remuneração prevista no subitem anterior aplica-se também às veiculações realizadas no exterior, quando os veículos de comunicação e divulgação não praticarem o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.3 Honorários de% (<percentual por extenso>), incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes à intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição feitos pela **CONTRATADA**, que não lhe proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.3.1 Os honorários de remuneração acima dispostos, não estão vinculados à serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente a **CONTRATADA** pela sua intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

8.1.3.1.1 Na gestão pela **CONTRATANTE** dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração da **CONTRATADA**, prevista no subitem 8.1.3, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto pela **CONTRATADA** para essa distribuição.

8.1.4 Honorários de% (<percentual por extenso>), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no subitem anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.5 A remuneração prevista nos subitens 8.1.3 e 8.1.4 deste contrato aplica-se também às formas inovadoras de comunicação publicitária realizadas no exterior.

8.1.6 Os honorários de que trata o subitem 8.1.1, 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.2 A **CONTRATADA** não fará jus:

I. ao ressarcimento de custos internos dos serviços por ela executados;

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

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

IV. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços complementares complexos prestados pela **CONTRATADA** na intermediação, supervisão, monitoramento de *performance* e otimização dessa distribuição, quando a plataforma digital lhe proporcione o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

V. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

VI. a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela **CONTRATANTE**, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de comunicação e divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato; e

VII. ao ressarcimento das despesas referentes ao serviço de planejamento e execução de pesquisas de pré-testes de campanha, peça e material publicitários por ela executados, cujo investimento seja igual ou superior a R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais).

8.3 As formas e os percentuais de remuneração estabelecidos nesta cláusula poderão ser renegociados, no interesse da **CONTRATANTE**, a qualquer tempo ou quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

9. CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação que adotam as regras do Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

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

9.2 A **CONTRATADA** repassará à **CONTRATANTE**% (<percentual por extenso>) do valor da tabela de preços do veículo de divulgação, já deduzidos os descontos comerciais resultantes de cada negociação, conforme estabelecido no certame que deu origem a este contrato.

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

9.2.1.1 O disposto no subitem 9.2 deverá ser observado quando a **CONTRATADA** fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

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

10.1.1 A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 A **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, seus empregados e prepostos.

10.1.3 A juízo da **CONTRATANTE**, as peças criadas pela **CONTRATADA** poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à **CONTRATANTE** qualquer ônus perante a **CONTRATADA**.

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.1.4 A **CONTRATANTE** poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, a **CONTRATADA** ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à **CONTRATANTE**.

10.1.4.1 A juízo da **CONTRATANTE**, as peças criadas pela **CONTRATADA** poderão ser veiculadas em suas propriedades digitais oficiais, tais como sítios, portais, perfis em redes sociais, aplicativos e serviços acessados por dispositivos eletrônicos, bem como nas propriedades digitais dos órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à **CONTRATANTE** qualquer ônus perante a **CONTRATADA**.

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

10.2.1 A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período e/ou condições de uso iguais ao inicialmente pactuado no ato da contratação, o percentual a ser pago pela **CONTRATANTE** em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos de sons e imagens será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos e/ou condições de uso distintas ao inicialmente pactuado, o percentual máximo será obtido por meio de regra de três simples.

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

10.2.2 Na reutilização de peças por período e/ou condições de uso iguais ao inicialmente pactuado no ato da contratação, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela **CONTRATANTE** aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos e/ou condições de uso distintas ao inicialmente pactuado, o percentual máximo será obtido por meio de regra de três simples.

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

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela **CONTRATANTE** será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

10.4 A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela **CONTRATANTE**, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

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

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

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

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

10.5.1 Se a **CONTRATANTE** pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

I. a correspondente nota fiscal que será emitida em formato digital, em nome da **CONTRATANTE**, CNPJ/ME nº XX.XXX.XXX/0001-XX, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II. o documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados, que será emitido em nome da **CONTRATANTE**;

III. o documento fiscal ou faturado veículo de divulgação, que será emitido em nome da **CONTRATANTE**; e

IV. o(s) documento(s) de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços deverão ser encaminhados pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE**, em formato digital, no prazo de até 180 (cento e oitenta) dias corridos, contados do mês imediatamente posterior ao da execução dos serviços de produção ou veiculação, conforme o caso.

11.1.1.1 A **CONTRATANTE** poderá aceitar o não cumprimento do prazo estabelecido no subitem anterior, desde que a impossibilidade seja devidamente justificada pela **CONTRATADA**.

11.1.1.2 Sem prejuízo de outras providências a serem tomadas, a **CONTRATADA** deverá comunicar à **CONTRATANTE** quando a ocorrência descrita no subitem anterior envolva registro de notificação no SIREF e no Cadastro de Veículos de Divulgação (Midiacad) do MCOM.

11.1.2 Decorrido o prazo de que trata o subitem 11.1.1, sem que a **CONTRATADA** tenha apresentado a aludida documentação ou justificado a sua impossibilidade, conforme previsto no subitem 11.1.1.1, a responsabilidade pelos serviços contratados e o encargo relativo ao pagamento das despesas deverão ser absorvidos pela **CONTRATADA**.

11.1.3 Os gestores deste contrato somente atestarão os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.

11.1.4 As notas fiscais emitidas pela **CONTRATADA** devem conter a seguinte declaração, assinada por empregado da agência responsável pela documentação:

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

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

I. intermediação, supervisão e/ou execução, pela **CONTRATADA**, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e, se for o caso, os incisos III e IV, todos do subitem 11.1; e

II. veiculação/execução de formas inovadoras de comunicação publicitária: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II, III e IV do subitem 11.1, com a demonstração do valor devido ao veículo de divulgação/fornecedor especializado, dos correspondentes pedidos de inserção ou documento equivalente e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

Ila. No caso de empresas ou veículos não obrigados à regulação do Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP, observar as orientações expressas no subitem 8.1.3.1.1 deste contrato.

11.2.1 Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso II do subitem anterior, a **CONTRATADA** deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2 É da responsabilidade da **CONTRATADA** observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital à **CONTRATANTE**.

11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2, observado o disposto nos subitens 11.1.1 e 11.1.2.

11.4 Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1

11.4.1 O pagamento de que trata o subitem anterior poderá ser realizado diretamente ao veículo estrangeiro, na forma orientada pelo Manual de Procedimento de Ações de Publicidade, de forma a rentabilizar a campanha e atender ao princípio da economicidade, à vista do não pagamento de tributos e/ou tarifas relativas à remessa ao exterior.

11.5 No tocante à veiculação, além do previsto no inciso II do subitem 11.2, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, sem ônus para a **CONTRATANTE**, os seguintes comprovantes:

I. Revista: exemplar original;

II. Jornal: exemplar ou folha - caderno contendo 4 (quatro) páginas com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça. Nos casos em que o comprovante não conste o nome da cidade de veiculação, poderá ser juntada comprovante de consulta ao MidiaCad, ou outro sistema que o substitua, demonstrando que a cidade da veiculação foi verificada no momento da aprovação do cadastro do veículo; e

III. Demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.11 ou 5.1.13, perante a **CONTRATANTE**, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1 Nos casos em que não constar no comprovante de que trata o inciso II do subitem 11.5 o nome da cidade de veiculação, deverá ser juntado ao processo consulta extraída do Cadastro de Veículos de Divulgação (MidiaCad), ou cadastro que o substituir, demonstrando que a cidade de veiculação foi verificada no momento da aprovação do cadastro do referido veículo.

11.5.2 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos do subitem 5.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

I. TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares), do qual deve constar, pelo menos, identificação do veículo, nome da campanha ou peça veiculada, secundagem da peça, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação, praça de veiculação quando esta for diferente da sede do veículo, juntamente com a declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1 como alternativa, a declaração prevista no inciso I deste subitem, poderá figurar na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou carimbo, desde que contenha, pelo menos, as informações previstas no inciso I deste subitem;

II. Mídia Exterior:

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

II.1.1 Nos casos de *Outdoor* e *Outdoor Social* devem conter a geolocalização (latitude e longitude) dos endereços e as fotos devem ser do início e do fim da campanha e em ângulo aberto;

II.2 Mídia Digital Out Of Home: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha ou peça veiculada, secundagem da peça, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3 Veículos de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3.1 Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 1 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de comunicação e divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação; e

III. Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia e/ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça.

11.5.3 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.5.2 serão estabelecidas formalmente pela **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA**, mediante consulta *on-line*, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF.

11.6.1 Se a **CONTRATADA** não estiver cadastrada no SICAF ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.7 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a **CONTRATANTE**, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.7.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.8 No caso de eventual falta de pagamento pela **CONTRATANTE** nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da **CONTRATADA**, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$AF = [(1 + IPCA/100)^{N/30} - 1] \times VP$$
, na qual:

- IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;
- AF: Atualização financeira;
- VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;
- N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.8.1 Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8, os serviços prestados pela **CONTRATADA** relativos aos os bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de comunicação e divulgação.

11.8.2 A **CONTRATANTE** não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da **CONTRATADA**, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.9 A **CONTRATANTE** não pagará nenhum compromisso, assumido pela **CONTRATADA**, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10 Cabe à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de comunicação e divulgação em até 5 (cinco) dias úteis após o recebimento da ordem bancária da **CONTRATANTE**, pela agência bancária pagadora.

11.10.1 A **CONTRATADA** informará à **CONTRATANTE**, por meio de sistema próprio, a data do pagamento, o valor pago ao veículo/fornecedor, a cada nota fiscal, obedecido o prazo estabelecido no subitem anterior.

11.10.1.1 Os dados e formatos de controle serão definidos pela **CONTRATANTE**, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da **CONTRATANTE**; data do pagamento da **CONTRATADA**; número da nota fiscal; valor pago e nome do favorecido.

11.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da **CONTRATADA**, até que seja resolvida a pendência.

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

11.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a **CONTRATANTE**, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de comunicação e divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de comunicação e divulgação em receber com regularidade o pagamento pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a **CONTRATANTE** instituirá procedimento alternativo de controle de modo que os valores correspondentes sejam repassados pela **CONTRATADA**, em até 5 (cinco) dias úteis, a contar da data de recebimento da ordem bancária.

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

11.11 A **CONTRATANTE**, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

12.1 A **CONTRATADA**, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 1%(um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 deste contrato.

12.1.1 Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da **CONTRATANTE**, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela **CONTRATADA**.

12.1.2 A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso V do subitem 13.4.3 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.3 O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a **CONTRATANTE** a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem os incisos I e II do art. 78 da Lei nº 8.666/1993, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

12.2 Caberá à **CONTRATADA** escolher uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública; ou

b) seguro-garantia; ou

c) fiança bancária.

12.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do §4º do art. 56da Lei nº 8.666/1993.

12.4 Se a opção for pelo seguro-garantia:

I. a apólice indicará a **CONTRATANTE** como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

II. seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90(noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes; e

III. a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à **CONTRATADA**.

12.5 Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

I. ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

II. ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

III. ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à **CONTRATANTE**, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações; e

IV. ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

I. ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil; e

II. ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

12.7 A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

I. prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II. prejuízos causados à **CONTRATANTE** ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III. multas moratórias e punitivas aplicadas pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**; e

IV. obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela **CONTRATADA**.

12.7.1 A modalidade seguro garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

12.8 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da **CONTRATANTE**.

12.9 Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a **CONTRATADA** deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE**.

12.11 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a **CONTRATADA** se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE**.

12.12 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a **CONTRATANTE** exigirá nova garantia, escolhida pela **CONTRATADA** entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

12.13 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à **CONTRATANTE** no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.14 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da **CONTRATADA**, no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato ou no prazo previsto no item II do subitem 12.5, mediante certificação, por seu gestor, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.14.1 Decorrido o prazo de que tratam os incisos II dos subitens 12.4 e 12.5 e ainda perdurarem obrigações pendentes de cumprimento, a **CONTRATANTE**, a seu juízo poderá solicitar a prorrogação do prazo ora estipulado, por mais 90 (noventa) dias.

12.14.1.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

12.15 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a **CONTRATANTE**, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

12.15.1 Aceita pela **CONTRATANTE**, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, sem justificativa aceita pela **CONTRATANTE**, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I. advertência;

II. multa de moratória e multa compensatória;

III. suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a **CONTRATANTE** por até 2 (dois) anos; e

IV. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, que assegurará o contraditório e a ampla defesa à **CONTRATADA**, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666/1993, e subsidiariamente na Lei nº 9.784/1999.

13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.1.3 As sanções aplicadas serão registradas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, pela **CONTRATANTE**.

13.1.3.1 A **CONTRATANTE** comunicará, formalmente, à **CONTRATADA** que a sanção foi registrada no SICAF.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I. a advertência, e as multas serão aplicadas pelo Secretário de Publicidade e Patrocínio;

II. caberá ao Secretário Especial aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a **CONTRATANTE** e propor a declaração de inidoneidade; e

III. a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Ministro de Estado das Comunicações.

13.3 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I. descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente; e

II. outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da **CONTRATANTE**, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1 Nos casos de aplicação de advertência, a **CONTRATANTE** estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3, se cabível.

13.4 A multa moratória será cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.4.1 O atraso sujeitará a **CONTRATADA** à multa de:

I. 0,66 % (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da **CONTRATANTE**, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias;

II. 0,5% (cinco centésimos por cento) por atraso no pagamento de fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de comunicação e divulgação, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, de que trata o subitem 11.10 deste contrato; e

III. 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

13.4.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da **CONTRATANTE**.

13.4.3 A **CONTRATADA** estará sujeita à multa compensatória de:

I. 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II. 1% (um por cento), calculada sobre o valor deste contrato quando caracterizada a inexecução total do contrato;

III. até 1% (um por cento), calculada sobre o valor do contrato pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da **CONTRATANTE**.

IV. 0,5% (cinco centésimos por cento), calculada sobre o valor deste contrato, por:

a) não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de comunicação e divulgação ou não transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas;

b) não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato;

c) não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **CONTRATANTE**;

- d) não repassar à **CONTRATANTE** o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;
- e) sobrepor os planos de incentivo aos interesses da **CONTRATANTE**, preterindo veículos de comunicação e divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam;
- f) não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **CONTRATANTE**;
- g) contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de comunicação e divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da **CONTRATANTE**;
- h) cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da **CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau;
- i) realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da **CONTRATANTE**;
- j) caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira;
- k) não manter o nível de qualidade dos serviços prestados à **CONTRATANTE**;

l) não apresentar à **CONTRATANTE**, para autorização do plano de mídia e/o do plano de novas formas de publicidade digital de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de comunicação e divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente; e

m) recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela **CONTRATANTE**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos;

V. 0,1% (um décimo por cento), calculada sobre o valor deste contrato, por não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na Concorrência que deu origem a este instrumento;

VI. 0,07% (sete centésimos por cento) do valor deste contrato, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento), pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 12.1 deste contrato;

VII. 0,025% (vinte e cinco milésimos por cento), calculada sobre o valor deste contrato por:

a) não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos artigos 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010 (Igualdade racial);

b) não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da **CONTRATANTE** em veículos de comunicação e divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais; e

c) não apresentar, sempre que solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;

VIII. até 1% (um por cento) sobre o valor deste contrato pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual ou situação não prevista neste subitem, quando a infração guardar relação direta com determinada ação publicitária; e

IX. até 1% (um por cento) sobre o valor deste contrato pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual não prevista neste subitem, quando a infração não guardar relação direta com as ações publicitárias.

13.5 A suspensão do direito de licitar e contratar com a **CONTRATANTE** será aplicada à **CONTRATADA** se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I. por até 6 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a **CONTRATANTE** e que não tenham sido sanadas mediante aplicação de outras penalidades; e

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3 e 13.4;

II. por até 2 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à **CONTRATANTE**, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa; e

c) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato.

13.6 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da **CONTRATANTE**, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à **CONTRATANTE** ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.6.1 A declaração de inidoneidade será aplicada à **CONTRATADA** se, entre outros casos:

I. sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II. demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a **CONTRATANTE**, em virtude de atos ilícitos praticados; e

III. reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da **CONTRATANTE**.

13.6.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da **CONTRATADA** de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.7 Da aplicação das sanções pela **CONTRATANTE** caberá à **CONTRATADA** recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.7.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) advertência e multa: ao Secretário Especial, por intermédio do Secretário de Publicidade e Patrocínio; e

b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a **CONTRATANTE**: ao Secretário-Executivo, por intermédio do Secretário Especial.

13.8 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, salvo as hipóteses constantes do subitem 13.4 e dos subitens 13.4.1 e 13.4.2, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a **CONTRATADA** por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.9 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da **CONTRATADA** por eventuais perdas e danos causados à **CONTRATANTE**.

13.10 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da **CONTRATADA**.

13.10.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela **CONTRATANTE**.

13.11 A **CONTRATADA** estará sujeita às sanções estabelecidas no art. 6º da Lei nº 12.846/2013, sem prejuízo das demais cominações legais, pela prática de atos lesivos à Administração, assim definidos:

- a) fraudar o presente contrato;
- b) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para celebrar o presente contrato;
- c) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações deste contrato, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou neste contrato;
- d) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro deste contrato; e
- e) realizar quaisquer ações ou omissões que constituem prática ilegal ou de corrupção, nos termos da Lei nº 12.846/2013 e do Decreto nº 8.420/2015.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido a qualquer tempo, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a **CONTRATADA**:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) der motivo à suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a **CONTRATANTE**, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não mantiver suas condições de habilitação e qualificação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010; e
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.11.4, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1.

14.1.2 Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à **CONTRATANTE**, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1 Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a **CONTRATADA** será notificada para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela **CONTRATANTE**.

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

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

14.3 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela **CONTRATANTE** e comprovadamente realizadas pela **CONTRATADA**, previstas no presente contrato.

14.4 Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da **CONTRATADA**, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

14.4.1 A **CONTRATANTE** se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2 Em caso de cisão, a **CONTRATANTE** poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3 Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à **CONTRATANTE**, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1 A não apresentação do comprovante em até 5 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela **CONTRATADA**, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na **CONTRATANTE**, nos termos do art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.

15.3 A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no parágrafo único do art. 61 da Lei nº 8.666/1993.

15.4 Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

15.5 A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de comunicação e divulgação, serão publicadas no sítio da **CONTRATANTE** na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal.

16.2 Para firmeza e como prova de assim haverem, entre si, ajustado e contratado, é lavrado o presente contrato, e disponibilizado por meio eletrônico via Sistema Eletrônico de Informações – SEI, o qual, depois de lido e achado conforme, vai assinado eletronicamente pelas partes.

<local e data>

Ministério das Comunicações

<representante legal da contratada>

ANEXO V

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA

Este modelo de questionário de avaliação de desempenho de agências de propaganda deve ser preenchido pelo dirigente da unidade administrativa incumbida da gestão publicitária do anunciante ou por seu subordinado imediato, especializado na gestão publicitária, caso em que é obrigatório o endosso do titular da unidade à avaliação, apondo sua assinatura no campo próprio.

Apesar de a responsabilidade pelas informações prestadas pertencer apenas aos dirigentes da unidade administrativa, recomenda-se que todo o pessoal participante do relacionamento com a agência avaliada seja ouvido antes do preenchimento do questionário.

A avaliação do desempenho das agências de propaganda contratadas pelo anunciante atende ao disposto no art. 54 da Instrução Normativa nº 3/2018. De resto, o acompanhamento e fiscalização da execução de contratos firmados por órgãos e entidades da Administração Pública é obrigação prevista no art. 67 da Lei nº 8.666/1993.

O objetivo do questionário é ajudar a cumprir essas determinações e a refletir sobre o relacionamento operacional do anunciante com a agência de propaganda. E, ainda, ajudar a aperfeiçoar esse relacionamento, com benefícios para o desempenho profissional da equipe de comunicação do anunciante e para sua comunicação com os públicos de interesse.

Para orientar o preenchimento do questionário, este modelo de avaliação de agência foi dividido em dez quesitos. Deve ser atribuída pontuação para cada quesito, variando de seis (pontuação máxima) a um (mínima). Para cada quesito existe roteiro básico de tópicos a serem considerados. A escala de critérios de julgamento pode ter a seguinte graduação, a critério de cada órgão ou entidade:

1. Não atendeu.
2. Atendeu abaixo do esperado.
3. Atendeu próximo do esperado.
4. Atendeu o esperado.
5. Atendeu mais que o esperado.
6. Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade.

Recomenda-se utilizar o espaço reservado a Comentários e Providências, em todos os casos. É possível que a agência avaliada apresente graus diferenciados de desempenho em relação aos diferentes tópicos abrangidos por um quesito. O espaço reservado aos comentários serve, entre outras finalidades, para registrar esses matizes e variações. Utilizar esse espaço para informar também as providências que foram ou estão sendo adotadas para melhorar o desempenho da agência.

Ressalte-se que os registros feitos neste instrumento de avaliação poderão vir a ser objeto de análise dos órgãos de controle interno e externo, especialmente os comentários e providências.

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA

Nome do anunciante

Agência avaliada

Início da vigência do contrato

Unidade administrativa gestora da publicidade (UA)

Nome do titular da UA

--

Nome e cargo do avaliador

--

Assinatura do avaliador

--

Endosso do titular da UA à avaliação (assinatura)

--

Nome e cargo dos demais participantes da avaliação

1. Estudo e planejamento

- Entendimento dos problemas de comunicação do anunciante. Conhecimento da problemática do anunciante, de sua inserção social e mercadológica, seus pontos fortes e pontos fracos.
- Uso de pesquisas para conhecimento dos segmentos de público mais importantes (*target*) no relacionamento publicitário do anunciante; conhecimento de seus valores, atitudes e comportamentos e de seu modo de interagir com — e expectativas em relação a — o anunciante. Visão integrada da comunicação.
- Capacidade de identificar alternativas de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor dentre as cogitadas. Conhecimento e análise das ações de comunicação realizadas pela Concorrência ou por defensores de pontos de vista diversos ou contrários. Acompanhamento, por iniciativa e conta próprias, e utilização de pesquisas relacionadas com a área de atuação do anunciante.
- Visão estratégica: capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, os públicos, a comunicação concorrente ou adversa, os objetivos do anunciante e as verbas disponíveis. Avaliação de campanhas realizadas e aproveitamento dos resultados em trabalhos subsequentes.
- Disponibilidade dos profissionais de planejamento e pesquisa para discutir problemas com os técnicos do anunciante.

Nota (marcar com um X)

6	5	4	3	2	1

Comentários à nota e informação de Providências adotadas ou em fase de adoção

2. Criação

- Clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo.
- Pertinência, originalidade e simplicidade das ideias criativas.
- Acerto das soluções propostas para os problemas apresentados; adequação ao *briefing*.
- Engenhosidade na concepção das peças; capacidade de produzir surpresa e encanto, quando for o caso.
- Consistência da estratégia e dos partidos de criação propostos com os objetivos institucionais ou mercadológicos do anunciante; respeito à personalidade institucional do anunciante e à sua identidade visual, bem como, quando for o caso, à do ministério a que está vinculado e à do Governo Federal.
- Objetividade. A criação está realmente a serviço do cliente, e não da promoção da capacidade criativa da agência.
- Conhecimento do setor e das ações de comunicação concorrentes ou adversas, revelado ou implícito nas soluções apresentadas.
- Manutenção de bons padrões de acabamento; amadurecimento das ideias e correção das informações nas peças apresentadas para exame e aprovação (leiautes, textos, roteiros, *storyboards*).
- Domínio de novos materiais, novas técnicas de produção e linguagens; atualização constante.
- Rapidez.
- Integração com o atendimento e o planejamento.

- Acesso dos representantes do anunciante ao pessoal de criação.

Nota (marcar com um X)

6	5	4	3	2	1

Comentários à nota e informação de Providências adotadas ou em fase de adoção

3. Produção

- Qualidade artística e artesanal. Competência para preservar e incrementar a qualidade de textos, roteiros, leiautes e originais em geral. Acabamento.
- Adequação, propriedade. Integração com o atendimento.
- Capacidade de cumprir prazos, sem sacrifício da qualidade.
- Prática de preços compatíveis com os de mercado.
- Tempestividade na apresentação de estimativas de preços.
- Capacidade de buscar soluções de produção que minimizem custos. Planejamento visando economia na utilização dos materiais produzidos.
- Domínio de novas técnicas, processos e materiais. Atualização.
- Capacidade de negociação junto a fornecedores (qualidade, prazos, preços). Transferência, ao anunciante, de vantagens obtidas nas negociações. Absorção de custos internos.
- Cumprimento de compromissos assumidos por ocasião da licitação;
- Prática de rotatividade de fornecedores cotados nos serviços de produção publicitária.

Nota (marcar com um X)

6	5	4	3	2	1

Comentários à nota e informação de Providências adotadas ou em fase de adoção

4. Mídia e Formas Inovadoras de Comunicação Publicitária: estudo e planejamento

- Acompanhamento regular, por meio de estudos e pesquisas, da evolução dos hábitos de consumo de comunicação do público em geral e, em especial, dos segmentos mais importantes para a comunicação do anunciante.
- Iniciativa na prospecção de novos meios, inclusive de não mídia, assim entendidos os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de comunicação e divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.
- Competência para simular alternativas de *mix* de mídia e indicar a melhor cobertura do *target*, à vista dos objetivos e recursos do anunciante.

Nota (marcar com um X)

6	5	4	3	2	1

Comentários à nota e informação de Providências adotadas ou em fase de adoção

5. Execução de mídia e de formas inovadoras de comunicação publicitária (compra e acompanhamento)

- Competência negocial para obter boas colocações nas inserções, oportunidades especiais, descontos sobre preços de tabela, bonificações, reaplicações, prazos de pagamento — tudo em benefício do anunciante.
- Sigilo em relação às estratégias de mídia do anunciante.
- Entrosamento com o atendimento. Tempestividade e forma de apresentação das estimativas de custos.
- Agilidade para propor reformulações do plano ou da programação diante de alterações de conjuntura.
- Compatibilidade da execução da compra com a verba designada pelo anunciante.
- Capacidade de conseguir compensações por falha do veículo (tais como truncamento da inserção, defeito de impressão), inclusive colocações inaceitáveis.
- Sistemática de checagem das veiculações em todos os meios; confiabilidade dos instrumentos de aferição empregados na checagem.
- Cumprimento dos compromissos assumidos por ocasião da licitação.

Nota (marcar com um X)

6	5	4	3	2	1

Comentários à nota e informação de Providências adotadas ou em fase de adoção

6. Metas

Atingimento de metas e objetivos institucionais e mercadológicos, comprovado em pesquisas de campo. Se não existirem levantamentos objetivos, a nota pode ser atribuída com base em outro tipo de avaliação, o que deve ser explicitado no campo reservado aos comentários.

Nota (marcar com um X)

6	5	4	3	2	1

Comentários à nota e informação de Providências adotadas ou em fase de adoção

7. Grupo de atendimento

- Conhecimento do anunciante e das ações de comunicação concorrentes ou adversas.
- Disponibilidade. Pontualidade. Rapidez e tempestividade. Eficácia da sistemática de registro de reuniões/visitas/telefonemas e no acompanhamento de pendências (*follow-up*).
- Objetividade e racionalidade. Interesse e disponibilidade para debater e considerar opiniões diversas das da agência. Honestidade e franqueza na defesa de trabalhos e opiniões.
- Maturidade e experiência. Capacidade de identificar e relatar antecipadamente problemas, evitando que fiquem fora de controle. Otimismo e flexibilidade nos momentos críticos.
- Capacidade de manter o trabalho da agência dentro do planejamento estratégico.
- Entrosamento com todas as áreas da agência. Capacidade de relacionar-se positivamente com o pessoal das áreas-fim do anunciante.
- Rapidez na correção de falhas de procedimento apontadas. Capacidade de manter padrão de qualidade adequado nos materiais trazidos para aprovação: materiais bem-elaborados e amadurecidos no âmbito da agência, quanto à forma e ao conteúdo.
- Confiabilidade. Capacidade e disposição de 'vestir a camisa' do anunciante.

Nota (marcar com um *X*)

6	5	4	3	2	1

Comentários à nota e informação de Providências adotadas ou em fase de adoção

8. Administração e finanças

- Organização.
- Correção dos dados e documentos.
- Tempestividade e forma de apresentação de faturas.
- Administração de pagamentos; segurança e rapidez nos pagamentos a fornecedores e veículos.
- Entrosamento com o atendimento.

Nota (marcar com um *X*)

6	5	4	3	2	1

Comentários à nota e informação de Providências adotadas ou em fase de adoção

9. Serviços Especiais, fornecidos sem ônus.

Disponibilização regular de:

- pesquisas sobre hábitos de consumo de comunicação;
- levantamentos de investimentos publicitários da Concorrência;
- serviço de *clipping* (impresso/eletrônico);
- coletâneas de campanhas e peças sobre temas correlatos, incluído material distribuído por festivais publicitários.
- textos atuais sobre tendências e inovações em comunicação e marketing;
- palestras sobre temas de interesse profissional;
- vagas em eventos relacionados à atividade fim do anunciante e à área de comunicação e marketing.

Nota (marcar com um *X*)

6	5	4	3	2	1

Comentários à nota e informação de Providências adotadas ou em fase de adoção

10. Atendimento Global

- Participação e envolvimento dos dirigentes máximos da agência.
- Capacidade de atuar decisivamente e fornecer resultados de qualidade.

- Qualificação do conjunto de profissionais alocados ao atendimento da conta, em todas as áreas da agência. Observância da prática de consultar o anunciante antes da substituição de profissionais alocados a seu atendimento.
- Tempestividade e pontualidade das soluções para os problemas apresentados.
- Estrutura, na cidade-sede do anunciante, compatível com as necessidades deste.
- Cumprimento dos compromissos assumidos por ocasião da licitação, inclusive os relacionados a preços.
- Envolvimento global com os problemas e necessidades do anunciante.

Nota (marcar com um X)

6	5	4	3	2	1

Comentários à nota e informação de Providências adotadas ou em fase de adoção

11. Conclusão



Documento assinado eletronicamente por **Ivancir Gonçalves da Rocha Castro Filho**, Coordenador-Geral de Recursos Logísticos, em 21/10/2021, às 10:21 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://sei.mctic.gov.br/verifica.html>, informando o código verificador **8287949** e o código CRC **012C4461**.