



PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (SECOM)

EDITAL

CONCORRÊNCIA Nº 002/2011

Processo nº 00170.000257/2011-71

CONCORRÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

SUMÁRIO

Edital	Página
1. Disposições iniciais	2
2. Recebimento e abertura das Propostas e Documentos	2
3. Objeto	2
4. Retirada do Edital	4
5. Informações e esclarecimentos sobre o Edital	4
6. Impugnação do Edital	4
7. Condições de participação	5
8. Credenciamento de representantes	6
9. Entrega da Proposta Técnica	6
10. Entrega da Proposta de Preço	8
11. Apresentação e elaboração da Proposta Técnica	8
12. Julgamento das Propostas Técnicas	15
13. Apresentação e elaboração da Proposta de Preço	19
14. Valoração das Propostas de Preço	19
15. Julgamento final das Propostas	20
16. Entrega e forma de apresentação dos Documentos de Habilitação	20
17. Análise dos Documentos de Habilitação	26
18. Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica	26
19. Procedimentos licitatórios	27
20. Homologação e adjudicação	32
21. Divulgação dos atos licitatórios	32
22. Recursos administrativos	32
23. Recursos orçamentários	33
24. Condições contratuais	33
25. Garantia	35
26. Remuneração e pagamento	36
27. Fiscalização	36
28. Sanções administrativas	36
29. Disposições finais	37
Briefing (Anexo I)	39
Modelo de Procuração (Anexo II)	51
Planilha de Preço Sujeito a Valoração (Anexo III)	52
Minuta de Contrato (Anexo IV)	53

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 A União, por intermédio da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, doravante denominada SECOM, neste ato representada pela Comissão Especial de Licitação designada pela Portaria nº 190 de 21 de junho de 2011, da Diretoria de Recursos Logísticos da Secretaria de Administração da Presidência da República, publicada na Seção 2 do Diário Oficial da União de 24 de junho de 2011, torna público, para ciência dos interessados, que realizará licitação, na modalidade de **concorrência**, do tipo **melhor técnica**, para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

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

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

2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

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

- dia: 11 de agosto de 2011;
- hora: 9h;
- local: Auditório do Anexo I do Palácio do Planalto, em Brasília (DF).

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

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

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

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

3. OBJETO

3.1 O objeto da presente concorrência é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da SECOM aos veículos e demais meios de divulgação.

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

a) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;

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;

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

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

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

b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

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

3.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

3.1.3 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Poder Executivo Federal.

3.2 Para a prestação dos serviços serão contratadas 3 (três) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

3.2.1 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 da Lei nº 12.232/2010.

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

3.2.3 As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

3.2.4 As agências atuarão de acordo com solicitação da SECOM, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos no subitem 3.1 e 3.1.1.

3.2.5 Para a execução dos serviços e a seleção interna de que trata o art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010, a SECOM observará a metodologia prevista no Manual de Procedimento das Ações de Publicidade.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1 Este Edital será fornecido a qualquer interessado, na Assessoria Técnica de Licitação da Diretoria de Recursos Logísticos, situada no Anexo III do Palácio do Planalto, Ala "A", Sala 207, nesta Capital, devendo para isso recolher junto ao Banco do Brasil o valor de **R\$ 16,00 (dezesesseis reais)**, por meio de Guia de Recolhimento da União – GRU, em nome da **Secretaria de Administração da Presidência da República**, a ser emitida por meio do sítio **www.stn.fazenda.gov.br**, Unidade Favorecida: 110001, Gestão: 00001, Código de Recolhimento nº 18837-9.

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

- a) www.comprasnet.gov.br;
- b) www.casacivil.gov.br/licitacoes.

5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até as **17h do dia 03/08/2011** exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- por carta ou ofício: protocolizado de segunda a sexta-feira, das 9 às 12h ou das 14 às 17h, na Assessoria Técnica de Licitação, situada na sala 207, do Anexo III, Ala "A", do Palácio do Planalto, em Brasília (DF);
- pelo fac-símile nº (61) 3411-4305 ou 3425;
- pelo e-mail cpl@planalto.gov.br.

5.1.1 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, <http://www.casacivil.gov.br/licitacoes>, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante.

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

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

6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

6.1 Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até o **dia 03 de agosto de 2011**, de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h ou das 14h às 17h, na sala 207, do Anexo II, Ala "A", do Palácio do Planalto, o qual deverá ser julgado e respondido em até 3

(três) dias úteis, contados da data do seu recebimento, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

6.2 Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preço, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem precedente.

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

6.2.2 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. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

7.2 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que esteja suspensa de participar de licitação e impedida de contratar com a Presidência da República, durando o prazo da sanção aplicada;

b) em processo de recuperação judicial ou falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação;

c) declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação;

d) impedida de licitar e contratar com a União, durante o prazo de sanção aplicada;

e) estrangeira que não funcione no País;

f) que estiver reunida em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição.

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

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

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

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

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

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

8.1.2 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 autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

8.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preço 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 Preço 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 2.1.

9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Invólucro nº 1

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

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

9.1.1.1.1 O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h ou das 14h às 17h, na sala 207, do Anexo III, Ala “A”, do Palácio do Planalto.

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

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

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

a) ter nenhuma identificação;

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

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

Invólucro nº 2

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

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

Presidência da República

Diretoria de Recursos Logísticos

Concorrência nº

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

Invólucro nº 3

9.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10.

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

Presidência da República

Diretoria de Recursos Logísticos

Concorrência nº

Invólucro nº 3

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

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

10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO

10.1 A Proposta de Preço deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

Invólucro nº 4

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

Presidência da República
Diretoria de Recursos Logísticos
Concorrência nº
Invólucro nº 4
Proposta de Preço
Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

- em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento ‘simples’ entre as linhas;
- com texto e numeração de páginas em fonte ‘arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos’, observado o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.3 e 11.2.3.1;
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;
- sem identificação da licitante.

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

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte ‘arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘10 pontos’;
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.2.2 As especificações do subitem 11.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.2.

11.2.3 Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

11.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

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

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

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

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 9.1.1.3, no subitem 11.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1.

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

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

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

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

11.3.1 Raciocínio Básico: apresentação em que a licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da SECOM, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing;

11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1 roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

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

b3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos exemplos finalizados em caso de peças ou material não mídia.

11.3.3.3.1 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;

b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

c) anúncio composto de páginas seqüenciais será considerado uma peça;

d) anúncio para *tablets* e similares com mais de uma página será considerado uma peça;

e) adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;

f) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

g) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

h) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

i) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

11.3.3.3.2 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos

integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3.

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

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

11.3.3.3.5 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passee-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing (item 7), sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

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

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

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

a) o período de distribuição das peças e ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

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

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

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

11.3.4.3 Nessa simulação:

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

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

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

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

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

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

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

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

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

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

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

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

Repertório

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

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

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

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

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

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

11.8.1.1 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2006.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

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

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

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

11.8.3 As peças e ou material não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Presidência da República ou a SECOM sejam ou tenham sido signatárias.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

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

11.10 A licitante deverá apresentar **2 (dois)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

11.10.1 As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2006.

11.10.2 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 12.3.1.

11.10.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Presidência da República ou a SECOM sejam ou tenham sido signatárias.

11.10.3.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.4 É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;

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

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

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

12.2.1 Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão sobre:

- a) as ações de comunicação publicitária objeto desta licitação;
- b) o desafio de comunicação a ser enfrentado pela SECOM;
- c) os objetivos, geral e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação.

12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação de governo a cargo da SECOM e ao desafio de comunicação a ser enfrentado;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação de governo a cargo da SECOM com seus públicos;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação ;

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

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação de governo a cargo da SECOM, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível.

12.2.1.3 Ideia Criativa

- a) sua adequação ao desafio de comunicação;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades de comunicação de governo a cargo da SECOM;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;

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

12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

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

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

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

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

12.2.2 Capacidade de Atendimento

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

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

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária implementada pela SECOM;

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

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

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

12.2.3 Repertório

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

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

c) a clareza da exposição das informações prestadas;

12.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento publicitário;

- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

12.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

a1) Raciocínio Básico: 10 (dez)

a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)

a3) Ideia Criativa: 20 (vinte)

a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)

b) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

c) Repertório: 10 (dez)

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

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

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

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

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

12.3.4 Serão consideradas mais bem-classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 3 (três) maiores notas.

12.4 Será desclassificada a Proposta que:

a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

b) não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2. a 12.2.4.

12.5 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 3 (três) licitantes mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4.

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

13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

13.1 A Proposta de Preço da licitante deverá ser:

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

b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 13.2 e 13.3;

c) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 13.2 e 13.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

13.2 A licitante deverá apresentar Planilha de Preço Sujeito a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo III.

13.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual;

a) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à SECOM as vantagens obtidas;

b) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato (Anexo IV).

13.4 O preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

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

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

14.3 O quesito a ser valorado, integrante da Planilha que constitui o Anexo III, é o seguinte: percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.3.1 Não será aceito percentual de honorários superior a 4,5% (quatro inteiros e cinco décimos por cento), nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

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

14.4 Será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar o menor percentual de honorários.

15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preço desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica, nos termos dos itens 12 e 14 retro.

15.2 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as 3 (três) licitantes mais bem-classificadas no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos subitens 12.5 e 12.6 – e que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as Propostas de Preço apresentadas pelas licitantes classificadas.

16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preço, em dia, hora e local por ela estipulados.

16.1.1 Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Presidência da República

Diretoria de Recursos Logísticos

Concorrência nº

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

16.1.3 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

16.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 16.2.1 a 16.4 ou nos subitens 16.5 a 16.5.1, observado, ainda, o disposto nos subitens 16.6 a 16.6.2.

16.2.1 Habilitação Jurídica

a) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

b) registro comercial, em caso de empresa individual;

c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;

c1) os documentos mencionados na alínea 'c' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

d) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

16.2.2 Regularidade Fiscal

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

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

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

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

e) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

16.2.2.1 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 para o respectivo documento.

16.2.3 Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;

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

16.2.4 Qualificação Econômico-financeira

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

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

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

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

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, 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 na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976);

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 na Junta Comercial.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

16.2.4.4 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 16.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 5 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais).

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

a) declaração sobre trabalho do menor, na forma do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição:

Declaração

Concorrência nº 002/2011

....., inscrita no CNPJ sob o nº, por intermédio de seu representante legal, portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., declara, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.6.1993, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

(se for o caso acrescentar texto a seguir)

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

Local e data

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

Declaração de Elaboração Independente de Proposta

Concorrência nº 002/2011

....., portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante), doravante denominada licitante, para fins do disposto no item (completar) do Edital (completar com identificação 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 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 da dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da SECOM antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Local e data

c) declaração de inexistência de fato superveniente impeditivo de sua habilitação, na forma do § 2º do art. 32 da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa nº 02/2010:

Declaração de inexistência de fato superveniente

Concorrência nº 002/2011

....., 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, sob as penas da lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório e que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e data

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

16.4 O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 34 da Lei nº 8.666/1993, expedido por órgão da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 16.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.2.

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

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

b) comprovação de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem 17.1.1 – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);

c) 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;

d) declaração firmada conforme o modelo previsto na alínea 'a' do subitem 16.2.5;

e) declaração firmada conforme o modelo previsto na alínea 'b' do subitem 16.2.5;

f) declaração firmada conforme o modelo previsto na alínea 'c' do subitem 16.2.5.

16.5.1 A licitante que tenha solicitado seu cadastramento e ou sua habilitação parcial no terceiro dia útil anterior à data de recebimento dos Documentos de Habilitação deverá comparecer à sessão de abertura com o formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, para eventual comprovação na hipótese de seu não processamento em tempo hábil no SICAF.

17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

17.1.1 A habilitação das licitantes cadastradas no SICAF fica condicionada à verificação dos seus respectivos registros e da validade dos documentos cadastrais, por meio de consulta *on-line* ao SICAF, que será impressa sob forma de 'Declaração de Situação' e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02/2010.

18. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1 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.

18.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

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

18.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela SECOM.

18.3.1 A relação dos nomes referidos no subitem 18.3 será publicada pela Comissão Especial de Licitação no Diário Oficial da União, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

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

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

18.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 18.3, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.

18.3.5 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

18.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 18.

18.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 18.3.

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

18.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 18.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1 Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

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

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

19.1.3 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da SECOM, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

19.1.4 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

19.1.5 O julgamento das Propostas Técnica e de Preço e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

19.1.6 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

19.1.7 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

19.1.9 Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a SECOM providenciará sua destruição.

Primeira Sessão

19.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1;

b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

19.2.1 O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se não:

a) estiver identificado;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

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

19.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 19.2.1, a Comissão Especial de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

19.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21.

19.2.2.1 A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 19.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.2.2 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão 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.

19.2.3 A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

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

19.2.5 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 19.2.6 e seguintes.

19.2.5.1 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.

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

a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

19.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 12.4, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.6.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

19.2.7 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 19.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

19.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão 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 as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

f) executar o sorteio previsto no subitem 12.6, quando for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.

19.3.1 Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Especial de Licitação.

Terceira Sessão

19.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preço, 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 e rubrica, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) efetuar com as 3 (três) licitantes mais bem-classificadas na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação de 3 (três)agências;

h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preço as 3 (três) licitantes mais bem-classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

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

Quarta Sessão

19.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

e)informar:

e1) o resultado da habilitação;

e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 21, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;

e3) que será publicado na forma do item 21 o nome das 3 (três) licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

19.5.1 Serão impressas as declarações de Situação do Fornecedor e Serviço do Fornecedor pertinentes às licitantes que optaram por comprovar a habilitação parcial via SICAF, que serão assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, as quais serão juntadas aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.5.1.1 Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada quando da consulta ao SICAF e comprovar, exclusivamente mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, ter entregado a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão Especial de Licitação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato à Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, gestor do SICAF.

19.5.2 O Recibo de Solicitação de Serviço apresentado deverá estar com os campos relativos à documentação complementar exigida para habilitação parcial ou atualização de documentos de habilitação parcial preenchidos, conforme o caso.

20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Secretário de Gestão, Controle e Normas da SECOM homologará o resultado desta concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 29.10.

20.2 Imediatamente após a homologação do resultado desta concorrência, o presidente da Comissão Especial de Licitação elaborará e encaminhará à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República o relatório de que tratam os arts. 20 e 21 da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21.12.10.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1 A juízo da Comissão 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 abertura de invólucros;

b) no Diário Oficial da União;

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

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Secretário de Gestão, Controle e Normas da SECOM, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, na Assessoria Técnica de Licitação, situada na sala 207, do Anexo II, Ala "A", do Palácio do Planalto, nesta Capital, 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 Gestão, Controle e Normas da SECOM, 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, na Assessoria Técnica de Licitação, situada na sala 207, do Anexo III, Ala "A", do Palácio do Planalto, nesta Capital, no horário das 9h às 12h e das 14h às 17h.

22.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Licitação – motivadamente e se houver interesse para a SECOM – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

23.1 A soma das despesas com os 3 (três) contratos resultantes desta concorrência está estimada em R\$ 150.000.000,00 (cento e cinquenta milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses, e será executada de acordo com o previsto no subitem 3.2.4.

23.2 Os créditos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2011 estão consignados no Orçamento Fiscal da União, nas seguintes funcionais programáticas:

a) 04.131.0752.2017.0001 (Programa Gestão da Política de Comunicação de Governo; Ação Publicidade Institucional); Natureza da despesa: 3.3.90.39;

b) 04.131.0752.4641.0001 (Programa Gestão da Política de Comunicação de Governo; Ação Publicidade de Utilidade Pública); Natureza da despesa: 3.3.90.39.

23.3 Se a SECOM optar pela prorrogação dos contratos que vierem a ser assinados, serão consignados nos próximos exercícios, no Orçamento Fiscal da União, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

23.4 A SECOM se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

24.1 As licitantes vencedoras terão o prazo de 10 (dez) dias, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV, e o prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista no subitem 25.1.

24.1.1 Se as licitantes vencedoras não comparecerem, nos prazos estipulados no subitem 24.1, para assinar os respectivos contratos e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, a SECOM poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar os contratos em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar os contratos, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

24.2 Antes da celebração dos contratos, a SECOM fará consulta ao Cadastro Informativo de créditos não quitados do setor público federal (Cadin), conforme disposto no art. 6º, inciso III, da Lei nº 10.522/2002.

24.3 Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terão duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Cláusula Terceira da minuta de contrato (Anexo IV).

24.4 A SECOM poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da minuta de contrato (Anexo IV).

24.5 No interesse da SECOM, as contratadas ficam 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 dos contratos, conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/1993.

24.6 Será da responsabilidade das contratadas o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

24.7 Obrigam-se também as contratadas por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e dos contratos que vierem a ser assinados.

24.8 As contratadas, independentemente de solicitação, deverão prestar esclarecimentos à SECOM sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam.

24.9 As contratadas só poderão divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome da SECOM, se houver expressa autorização desta.

24.10 É vedado às contratadas caucionar ou utilizar os contratos resultantes da presente concorrência para qualquer operação financeira.

24.11 As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

24.12 A SECOM avaliará, semestralmente, os serviços prestados pelas contratadas, nos termos do subitem 7.11 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

24.13 As contratadas centralizarão o comando da publicidade da SECOM no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterão escritório, sucursal ou filial, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da minuta de contrato (Anexo IV).

24.14 As contratadas deverão constituir e manter, em parceria, a suas expensas, um Núcleo de Mídia, nos termos dos subitens 5.1.3 a 5.1.3.2 da minuta de contrato (Anexo IV).

24.15 Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas respectivas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preço com elas negociada.

25. GARANTIA

25.1 No prazo de até 20 (vinte) dias da assinatura do contrato e retirada da Nota de Empenho, cada licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da SECOM, correspondente a 1% (um) por cento) do valor estimado do contratado (subitem 23.1), a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha das licitantes vencedoras:

- a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária.

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

25.3 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;
- b) a apólice deverá indicar a SECOM como beneficiária;
- c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

25.4 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à SECOM, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;

d) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

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

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

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

25.6 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da SECOM.

25.7 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

26.1 A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (Anexo IV), consoante o preço estabelecido em suas Propostas de Preço ou, quando for o caso, de acordo com o preço negociado na forma prevista no subitem 19.4, alíneas 'f' e 'g'.

26.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo IV).

27. FISCALIZAÇÃO

27.1 A SECOM nomeará Gestores para executar a fiscalização 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).

28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1 Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de 5% (cinco por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 23.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

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

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

28.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 24.1.1.

28.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas 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).

29. DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1 É facultada à Comissão Especial de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preço ou dos Documentos de Habilitação.

29.1.1 A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

29.2 A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

29.2.1 A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

29.3 Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas se a SECOM tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

29.3.1 Se ocorrer a desclassificação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a SECOM poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

29.4 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não restar prorrogado, por conveniência da Administração, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a SECOM poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

29.5 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à SECOM.

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

29.7 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a SECOM comunicará os fatos verificados à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

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

29.9 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

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

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

29.11 A SECOM poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir os respectivos contratos, 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.

29.12 Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, 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 sua formulação.

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

29.14 As questões decorrentes deste Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal.

29.15 Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Modelo de Procuração;
- c) Anexo III: Planilha de Preço Sujeito a Valoração;
- d) Anexo IV: Minuta de Contrato.

Brasília (DF), 27 de junho de 2011

ANTONIO CARLOS NOVAES
Presidente da Comissão Especial de Licitação

ANEXO I

BRIEFING

1. SITUAÇÃO GERAL

O Brasil vive período importante de estabilidade democrática em sua história. O crescimento econômico combinado com conjunto de ações sociais possibilitou nos últimos anos que mais de 28 milhões de brasileiros saíssem da pobreza e 36 milhões ingressassem na classe média.

A política econômica implementada pelo Governo Federal conseguiu estabilizar a economia, criar ambiente favorável para investimentos, manter o princípio da responsabilidade fiscal, reduzir a dependência de financiamento externo, ampliar a participação do Brasil no comércio internacional e obter superávits recordes na balança comercial.

A economia vem crescendo a taxas sustentáveis que mantém a produção e o mercado interno aquecidos. O Produto Interno Bruto – PIB, soma dos bens e serviços produzidos no país, cresceu 7,5% em 2010, o que demonstra o dinamismo da economia brasileira.

Esse crescimento veio acompanhado por forte geração de emprego. Foram criados 15 milhões de empregos, sendo que o número de trabalhadores formais superou o de trabalhadores informais. De 2007 a 2010, foram criados 5,67 milhões de empregos formais. O salário mínimo alcançou o maior nível dos últimos 40 anos, beneficiando diretamente trabalhadores ativos, aposentados e pensionistas.

O desafio da política econômica do Governo Federal é aproveitar esse momento histórico favorável e estimular o crescimento do PIB e do emprego, intensificando ainda mais o processo de inclusão social e a melhora na distribuição de renda.

As medidas voltadas para o crescimento econômico abrangem: investimento público direto, estímulo ao crédito e ao financiamento, melhoria do ambiente de investimento, desoneração e modernização da administração tributária, medidas fiscais de longo prazo e consistência fiscal.

Programa de Aceleração do Crescimento - PAC

O PAC foi lançado em janeiro de 2007 com o objetivo de retomar o planejamento e o investimento na infraestrutura nacional, fortalecer a economia, estimular setores produtivos, criar empregos, intensificar o crescimento do país e, ao mesmo tempo, gerar benefícios sociais para todas as Regiões.

Mais que um programa de expansão do investimento, o PAC introduziu novo conceito de gestão do investimento público em infraestrutura no Brasil. Conceito que faz das obras de infraestrutura instrumento de universalização dos benefícios econômicos e sociais para todas as Regiões.

O conjunto de investimentos do PAC está organizado em três eixos decisivos:

- Infraestrutura Logística: construção e ampliação de rodovias, ferrovias, portos, aeroportos e hidrovias;

- Infraestrutura Energética: geração e transmissão de energia elétrica, produção, exploração e transporte de petróleo, gás natural e combustíveis renováveis;
- Infraestrutura Social e Urbana: saneamento, habitação, metrô, trens urbanos, universalização do Programa Luz para Todos e recursos hídricos.

Programa dessa magnitude só é possível por meio de parcerias entre o setor público e o investimento privado, somadas a uma articulação constante entre os entes federativos, por meio do diálogo com estados e municípios para selecionar e executar os projetos.

Importantes empreendimentos paralisados há anos foram retomados. Obras estruturantes se iniciaram e áreas abandonadas receberam prioridade. No setor de habitação, 1.800 contratos foram assinados e 1,7 milhão de famílias, beneficiadas. No saneamento, 1.291 empreendimentos foram contratados para levar água potável a 5,6 milhões de famílias, esgoto sanitário a 5,1 milhões de famílias e obras de drenagem a 1,4 milhão de famílias. Em setores ligados às obras do PAC, a geração de postos de trabalho ficou acima da média nacional.

De 2007 a 2010 foram executados R\$ 619 bilhões em diversas obras, nos três eixos do Programa, entre elas:

- Infraestrutura Logística: 6.377 km de rodovias concluídas, 53.585 km de manutenção e 45.118 km de sinalização; 909 km de ferrovias; 12 empreendimentos em 10 aeroportos; 14 empreendimentos em portos; 10 empreendimentos em terminais hidroviários.
- Infraestrutura Energética: geração de mais 10.851 MW e 9.139 km de novas linhas de transmissão; 3.776 km de gasodutos; 16 empreendimentos de refino de petróleo.
- Infraestrutura Social e Urbana: 3 empreendimentos de metrô; 23 empreendimentos de abastecimento de água (barragens, sistemas de tratamento, adutoras); 7.945 cisternas; mais de 1 milhão de unidades habitacionais contratadas; mais de 1.700 empreendimentos em abastecimento de água, esgotamento sanitário, saneamento integrado, manejo de águas pluviais e de resíduos sólidos.

A parceria entre o Governo e o setor privado produziu avanços na política de crédito, nas concessões e na contratação de serviços. As desonerações tributárias decorrentes de medidas do PAC totalizaram R\$ 66,1 bilhões entre 2007 e 2010.

Em 2010, o Governo Federal lançou a segunda fase do Programa de Aceleração do Crescimento, o PAC 2, que é herdeiro do legado do PAC e tem propostas novas para o Brasil.

Com o PAC 2, o Governo reafirma seu compromisso com o desenvolvimento do país e de seus cidadãos, por meio de política macroeconômica que visa ao crescimento sustentado, tendo como meta a superação da pobreza extrema e ampliação das oportunidades para os brasileiros.

A melhoria da qualidade de vida nas grandes cidades é um dos focos da nova fase do Programa. As ações de infraestrutura social e urbana serão ampliadas. O PAC 2 vai continuar investindo na urbanização de favelas e em saneamento ambiental e ainda priorizar obras de pavimentação, drenagem e de contenção de encostas, reduzindo o risco de tragédias urbanas em decorrência de ações climáticas.

Para o período de 2011-2014 estão programados investimentos em infraestrutura da ordem de R\$ 955 bilhões:

- R\$ 40,6 bilhões em água, recursos hídricos e Luz para Todos;
- R\$ 461,6 bilhões em energia, para garantir segurança na oferta energética, com ampliação de fontes renováveis e limpas;
- R\$ 57,1 bilhões em saneamento, pavimentação de bairros, sistemas de transporte coletivo, prevenção de enchentes e contenção de encostas;
- R\$ 23 bilhões para serviços de saúde, creches, pré-escolas, quadras esportivas, praças de lazer e postos de polícia comunitária em bairros;
- R\$ 278,2 bilhões para construção de 2 milhões de novas habitações, dinamizando o setor da construção civil e gerando trabalho e renda;
- R\$ 104,5 bilhões para pavimentação de rodovias, acesso, contornos, travessias urbanas, ampliação de ferrovias, aeroportos, portos e hidrovias.

Outra contribuição do PAC é a qualificação da gestão pública, introduzindo método inovador de monitoramento e de disseminação da cultura de priorização, responsabilização e de transparência das informações. Para manter esse avanço, a segunda fase do Programa vai reforçar as áreas de formulação de projetos do Governo Federal e construir rede de assistência técnica, especialmente para pequenos municípios.

O PAC 2 chega com a missão de manter a economia em crescimento e de investir em obras e ações que diminuam as desigualdades e gerem ainda mais qualidade de vida para os brasileiros.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

A comunicação de Governo atende ao princípio constitucional da publicidade e visa a, principalmente, divulgar ações, programas, obras, serviços, direitos e serviços colocados à disposição dos cidadãos.

Apesar do vulto do Programa de Aceleração do Crescimento – PAC, de sua importância estratégica para o desenvolvimento do país e dos esforços de comunicação já realizados, pesquisas apontam relativo desconhecimento do Programa por parte da população, que não percebe, de forma imediata, os efeitos que as diversas modalidades de empreendimentos, desenvolvidos de forma integrada, geram para o país, contribuindo para a diminuição das desigualdades regionais.

Os índices de conhecimento do PAC, de suas obras e benefícios, identificados nas pesquisas de opinião, ainda podem alcançar melhores resultados, o que demonstra a necessidade de intensificação das ações de divulgação do Programa, com o objetivo de informar e explicar para a sociedade e públicos beneficiados as características, a abrangência e a importância das ações.

Uma questão a ser enfrentada pela comunicação é a amplitude e complexidade técnica de muitos dos empreendimentos, que oferecem benefícios indiretos e distantes da realidade cotidiana dos cidadãos, mas contribuem para o crescimento econômico das Regiões e, conseqüentemente, do país.

Outra questão a superar é a predominância de percepção negativa em relação aos programas governamentais em geral. Os históricos problemas enfrentados pelo país, na educação, saúde e segurança, pesam fortemente na avaliação da população, embora sejam reconhecidos o desenvolvimento econômico e os avanços já alcançados na área social.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

3.1 Geral

Ressaltar o papel do Programa de Aceleração do Crescimento – PAC no desenvolvimento do país, na redução das desigualdades sociais, na erradicação da miséria e redução da pobreza extrema e na promoção da qualidade de vida dos brasileiros.

3.2 Específicos

- a) divulgar os três empreendimentos de que trata o item 8 deste Briefing, destacando as melhorias e benefícios à população;
- b) divulgar os investimentos realizados pelo Governo Federal por meio do PAC e ressaltar os benefícios indiretos que os empreendimentos integrados proporcionam ao país;
- c) reforçar o sentimento de otimismo e confiança no futuro do país e estimular o empreendedorismo, a iniciativa e a inovação.

4. PÚBLICOS-ALVO

- a) sociedade em geral (homens e mulheres, maiores de 18 anos, das classes sociais A, B, C, D e E);
- b) população de que trata a alínea 'a' do subitem 3.2 deste Briefing.

5. PRAÇAS

Nacional e regional. As praças devem ser propostas pela licitante na estratégia de mídia, de acordo com os objetivos de comunicação, geral e específicos, e com as Diretrizes de Comunicação do Governo Federal apresentadas neste Briefing.

6. PERÍODO

Segundo semestre de 2011. Fica a critério da licitante a definição do período de divulgação a ser considerado na estratégia de comunicação publicitária.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

No cálculo da alocação dos valores para a produção, veiculação, exposição e ou distribuição da campanha publicitária de que trata o subitem 11.3.3 do Edital, a licitante utilizará como referencial a verba de R\$ 35.000.000,00 (trinta e cinco milhões de reais).

8. DADOS REFERENTES AO OBJETIVO ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO 3.2 -'a'

Para oferecer propostas capazes de atingir o objetivo específico de comunicação estabelecido na alínea 'a' do subitem 3.2 deste Briefing, as licitantes deverão orientar-se pelos dados expressos nos três empreendimentos abaixo.

Os empreendimentos abaixo descritos se baseiam em situações da realidade, mas seus nomes, números e valores foram estabelecidos exclusivamente para subsidiar a proposta das licitantes no tocante ao referido objetivo específico de comunicação.

Tendo em vista que esses dados não são passíveis de atualização ou complementação, todas as licitantes utilizarão essa única fonte primária de dados.

Empreendimento nº 1

Eixo: Infraestrutura Energética	
Tipo: Linha de Transmissão	
Empreendimento: Interligação das Regiões Norte e Nordeste	
Investimentos do Governo Federal:	<p>– Colinas (TO) a São João do Piauí (PI): R\$ 533.600.000,00</p> <p>– São José do Piauí (PI) a Milagres (MA): R\$ 223.300.000,00</p>
Região Beneficiada:	Regiões Norte e Nordeste
Data prevista para inauguração:	15 de setembro de 2011
Principais dados:	
<p>O Governo Federal vem desenvolvendo conjunto de ações visando assegurar as condições necessárias para dotar o país de infraestrutura energética, capaz de sustentar as taxas de crescimento do PIB previstas para os próximos anos.</p> <p>Nesse sentido, diversos projetos estratégicos de geração e transmissão de energia estão inseridos no PAC, o que lhes confere prioridade na alocação de recursos e no acesso a financiamento, além de contar com monitoramento intensivo por parte do Governo.</p> <p>A previsão de expansão da oferta de geração é de 6.611,6 MW. Na transmissão, deverão ser acrescentados aproximadamente 2.985 km de linhas ao Sistema Elétrico Brasileiro, que ampliarão a integração energética entre as diversas Regiões.</p> <p>No ano de 2010, o sistema de transmissão de energia elétrica alcançou a extensão de 99.910 km de linhas de transmissão e foram energizados 2.561 km. Nesse sentido, destacam-se os trechos Colinas – Ribeiro Gonçalves – São João do Piauí, 500 KV, com 720 km, e São João do Piauí – Milagres, 500 KV, com 400 km de extensão, que interligarão as Regiões Norte e Nordeste.</p> <p>O presente empreendimento tem como objetivo prover maior segurança e confiabilidade ao suprimento de energia elétrica, garantindo o escoamento de energia dos grandes empreendimentos hidrelétricos. Diminui, ainda, o valor de tarifas, o número de desligamento de consumidores e assegura energia associada ao crescimento e desenvolvimento do mercado regional, atraindo indústrias e beneficiando a estrutura produtiva.</p> <p>As obras propiciarão elevação no recebimento de energia pelas Regiões Norte e Nordeste da ordem de 1.150 MW médios (cerca de 30%), passando de 3.850 MW médios para 5.000 MW médios, permitindo maior flexibilidade no processo de otimização energética do Sistema Interligado Nacional.</p> <p>Também permitirão elevar a capacidade de exportação dessas para outras Regiões em até 1.000 MW (aumento de 50%), passando de 2.000 MW médios para 3.000 MW médios.</p>	

Empreendimento nº 2

Eixo: Infraestrutura Logística	
Tipo: Construção de Rodovias	
Empreendimento: Rodovia Transversal – Santa Catarina (BR-298)	
Investimentos:	- Total: R\$ 197.000.000,00 - Governo Federal: R\$ 110.000.000,00 - Governo Estadual: R\$ 87.000.000,00
Região Beneficiada:	Estado de Santa Catarina
Data prevista para inauguração:	13 de outubro de 2011
Principais dados:	
<p>Trata-se de importante obra para Santa Catarina, que oferece corredor de estradas que corta o Estado, do litoral à fronteira com a Argentina, de Florianópolis ao município de São Miguel d'Oeste. A obra é decorrente de acordo entre Brasil e Argentina e concretiza o Corredor Bioceânico.</p> <p>O complexo viário BR-298 e Ruta 27 será ligado à Ruta 14, que dá acesso à cidade de Buenos Aires, na Argentina, e à Ruta 16, que dá acesso aos Portos de Antofagasta e Iquique, ambos no Chile.</p> <p>Entre o projeto e a realidade foram muitas etapas. A maior parte do trajeto ficou pronta, mas restavam dois trechos. O último deles, de 29 quilômetros, ligando os Municípios de São Miguel d'Oeste e Paraíso, no extremo-oeste, foi concluído em 2010. O outro trecho, mais longo, foi conquista de lideranças comunitárias, políticas e empresariais. Trata-se dos 103 quilômetros que ligam o Município de Lages ao trevo da BR-470 em Campos Novos, passando pelas cidades de São José do Cerrito e Vargem.</p> <p>É a ligação da espinha dorsal entre a serra de Santa Catarina e o meio-oeste do Estado, beneficiando diretamente to Estado e a população dos municípios próximos à rodovia. Foram mais de 40 anos para o asfalto cobrir os 71 quilômetros do trecho São José do Cerrito a Campos Novos. Como resultado, Santa Catarina ganha ligação mais segura, confortável e rápida do oeste ao litoral.</p> <p>A obra do PAC mudou a realidade dessa região de Santa Catarina. Muitas pessoas que haviam deixado as cidades do trecho, devido ao isolamento, retornaram a sua origem e novos investidores começaram a chegar à região.</p> <p>No período das obras, os municípios à margem da rodovia viveram intenso movimento econômico, com geração de emprego e criação de infraestrutura para os novos habitantes temporários. Restaurantes, pequenos mercados e postos de combustível forneceram logística para a obra.</p> <p>A pavimentação asfáltica facilitou o escoamento da produção, o deslocamento turístico e de famílias em suas necessidades diárias, gerando mais desenvolvimento econômico para o Estado e maior conforto e segurança nas estradas para os usuários.</p>	
<u>Segmento Lages (Rio Amola Faca) a São José do Cerrito</u>	
- Segmento: Lages (BR-116/SC) a São José do Cerrito/ SC	
- Extensão do segmento: 32,0 km	
- Valor do contrato: R\$ 17.427.000,00. Os recursos aplicados incluem R\$ 5 milhões do Estado de Santa Catarina.	
<u>Segmento São José do Cerrito a Vargem</u>	
- Segmento: km 252,13–km 306,05	
- Extensão: 53,92 km	

- Valor do contrato: R\$ 68.000.000,00

Segmento Vargem a Campos Novos

- Segmento: km 306,05–km 322,7

- Extensão: 16,65 km

- Valor do contrato: R\$ 32.643.000,00

Segmento São Miguel d'Oeste a Paraíso (Fronteira com a Argentina)

- Segmento: km 648,8–km 678,5

- Extensão: 29,7 km

- Valor do contrato: R\$ 84.000.000,00 (obra, supervisora e desapropriações)

Empreendimento nº 3

Eixo: Infraestrutura Social e Urbana	
Tipo: Saneamento e Habitação	
Empreendimento: Conjunto Habitacional das Andorinhas	
Investimentos:	- Total: R\$ 445.067.956,00 - Governo Federal: R\$ 355.067.956,00 - Governo Estadual: R\$ 60.000.000,00 - Governo Municipal: R\$ 30.000.000,00
Região Beneficiada:	Município de Campinas (SP)
Data prevista para inauguração:	5 de novembro de 2011
Principais dados:	
<p>A entrega do Conjunto Habitacional das Andorinhas, em Pedreiras, sul de Campinas, tem como objetivo elevar a qualidade de vida de 17.532 famílias da região, por meio da oferta de moradias dignas e serviços básicos à população. O empreendimento contempla:</p> <ul style="list-style-type: none">- Habitação: construção de 957 unidades habitacionais, com apartamentos de 2 e 3 quartos, e aquisição de 235 casas, dentro dos critérios do programa de reassentamento do Município de Campinas.- Recuperação Ambiental: eliminação de áreas de risco, plantação de 353 árvores e 44.240 m² de grama.- Saneamento: melhorias no sistema de abastecimento de água e de esgotamento sanitário do Município, por meio de 15.652 m de rede de abastecimento de água; 16.578 m de rede de esgotamento sanitário; 9.404 m de rede de drenagem pluvial; e 1.340 m de canalização de córrego.- Mobilidade: urbanização e pavimentação de 26.137 m² e construção da Avenida Bandeirantes, com 12,7 km de extensão, com pista dupla, que possibilitará a ligação da periferia da cidade com o centro comercial da região.- Equipamentos Comunitários: Centro Comunitário com área de 500 m²; Centro de Saúde com 10 consultórios, 29 leitos, emergência 24 horas e farmácia; escola infantil; áreas de esporte e lazer, com quadras poliesportivas, campo de futebol, praças e pistas de skate.	

9. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Nos anos de 2009 e 2010 foram realizadas pesquisas qualitativas e quantitativas com o objetivo de investigar a percepção da sociedade sobre os programas e as ações sociais do Governo Federal, entre eles o Programa de Aceleração do Crescimento – PAC.

A pesquisa qualitativa foi realizada em 2009, com 30 grupos focais de perfis distintos, empresários, donas de casa, jovens e profissionais liberais, nas cidades de Porto Alegre, São Paulo, Brasília, Recife, Campo Grande e Belém do Pará.

Nessa pesquisa, o Governo Federal foi avaliado positivamente pela maior parte dos participantes, sendo sua imagem associada principalmente à esperança, desenvolvimento, crescimento, melhorias, mudanças, confiança, luta, transformação, transparência, esforço e atuação.

De modo geral, os participantes perceberam mudanças sociais positivas no Brasil, ainda que muitos as tenham considerado insuficientes. As mudanças sociais positivas foram percebidas na vida pessoal, na de amigos ou de familiares, na obtenção de emprego, na ampliação do consumo e na aquisição de bens e de benefícios governamentais.

Os dados analisados apontaram a necessidade de cuidados na abordagem dos programas do Governo Federal voltados para a área social. De modo geral, as melhorias sociais foram percebidas, mas tornaram-se menos claras frente às percepções negativas.

A pesquisa indica, ainda, que as melhorias sociais foram consideradas insuficientes por não serem percebidas como conjunto de ações que compõem processo contínuo de construção de projeto de país.

Os dados qualitativos subsidiaram a definição das questões abordadas nas mensurações quantitativas realizadas no decorrer de 2009 e 2010.

As pesquisas quantitativas foram aplicadas por meio de entrevistas pessoais, em amostras de três mil domicílios, distribuídos em todas as unidades federativas.

O público-alvo compreendeu a população maior de 16 anos, residente em domicílios particulares e permanentes.

As pesquisas, no geral, demonstraram que o conhecimento da população em relação ao PAC permaneceu em níveis estáveis. A proporção de entrevistados que disseram já ter ouvido falar no PAC foi de 47,7%, em fevereiro de 2010, muito similar ao observado em novembro (48,2%) e agosto (48,8%) de 2009.

Entre aqueles que responderam já ter ouvido falar no PAC, a avaliação do Programa foi positiva: 62,3% dos entrevistados o avaliaram como ótimo ou bom, ao passo de que 4,0% o avaliaram como ruim ou péssimo.

Entre os entrevistados que responderam já ter ouvido falar no PAC, 22,1% conheciam alguma obra. A maioria (77,9%), apesar de já ter ouvido falar no Programa, não conhecia nenhuma obra.

Diretrizes da Comunicação do Governo Federal – Decreto 6.555/2008:

- Afirmação dos valores e princípios da Constituição;

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

Mais informações:

<http://www.brasil.gov.br/pac>

<http://www.pac.gov.br>

<http://www.planejamento.gov.br/noticia.asp?p=not&cod=2194&cat=264&sec=29>

<http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/publicacoes>

<http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/planejamento/pesquisa>

<http://www.secom.gov.br/clientes/secom/secom/sobre-a-secom/publicidade/manuais>

10. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A comunicação do Governo Federal pode dispor dos seguintes veículos de divulgação:

- Portal Brasil (www.brasil.gov.br);
- Empresa Brasil de Comunicação – EBC (Televisão NBR e Rede Nacional de Rádio – Voz do Brasil).

Não devem ser considerados como recursos de comunicação os espaços gratuitos em rádio e televisão eventualmente utilizados pelo Poder Executivo Federal, por intermédio da SECOM.

11. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

O Governo Federal optou por promover o crescimento do país a partir da inclusão social. E hoje, os resultados das ações que nortearam essa política são visíveis e quantificáveis.

A comunicação apoiou o desenvolvimento dessa política ao proporcionar informação qualificada e prestação de serviços à população. A evolução dos conceitos publicitários traduziu o posicionamento da comunicação e contribuiu para reforçar a assinatura do Governo Federal, sintetizada na marca-conceito “Brasil. Um País de Todos”, que, até 2010, espelhava a direção e a meta maior da ação governamental de promover o desenvolvimento com justiça social.

Mais Desenvolvimento, Menos Desigualdade.

Num primeiro momento, foram priorizados os temas sociais, com enfoque na melhoria da qualidade de vida do cidadão. Após esse período, o desafio da comunicação foi construir discurso único capaz de integrar o econômico ao social.

A campanha regional realizada em 2006 adotou o conceito “Mais Desenvolvimento, Menos Desigualdade”. Nessa oportunidade, os benefícios das ações do Governo para o cidadão e para o país associados a uma perspectiva de futuro foram destacados.

Mais Brasil para Mais Brasileiros.

Em 2007, com o lançamento do Programa de Aceleração do Crescimento - PAC, as ações do Governo foram sistematizadas em programas e planos que deram mais clareza à gestão. A comunicação elegeu como símbolo uma ‘escada’ para demonstrar, de maneira objetiva, o funcionamento da cadeia produtiva e os impactos dos programas sociais no desenvolvimento do país. Foram agregados os atributos otimismo e confiança no futuro para reforçar o conceito “Mais Brasil para Mais Brasileiros”.

Esse conceito também foi utilizado na publicidade em 2008, destacando dentre as ações a realização de campanha de prestação de contas com conteúdo e mídia regionalizados. A campanha divulgou os benefícios gerados pelas políticas públicas, programas e ações que influenciaram diretamente o desenvolvimento social e econômico, modificando a realidade de cada estado.

O mundo aprendeu a respeitar o Brasil. E o Brasil confia nos brasileiros.

Com a crise econômica mundial, que teve seu auge no período 2008/2009, foi lançada a campanha Confiança no Brasil. A comunicação procurou elevar os sentimentos positivos, valorizar as conquistas e estimular o cidadão a participar do processo de construção de um Brasil cada vez mais forte. Conceito adotado: “O mundo aprendeu a respeitar o Brasil. E o Brasil confia nos brasileiros”.

Confiança no Brasil. É assim que a gente segue em frente.

Em 2009, a comunicação buscou dar maior visibilidade às ações estruturantes, que sustentam a política de desenvolvimento econômico com redução de desigualdades.

Buscou ainda estimular o brasileiro a manter a confiança no país e a fazer sua parte para que o Brasil superasse a ameaça da crise mundial.

As ações enfocaram os temas: PAC, Agenda Social e Educação. Destaca-se nesse período o lançamento do Programa Minha Casa, Minha Vida, como parte da agenda social. O conceito adotado no período foi “Confiança no Brasil. É assim que a gente segue em frente”.

Estamos vivendo um novo Brasil. Feito por você.

O Brasil foi um dos últimos a sentir os efeitos da crise econômica e um dos primeiros a superá-la. Com isso, a comunicação buscou valorizar a participação e confiança de cada cidadão nos rumos tomados pelo país. Com a posição de destaque alcançada pelo Brasil no cenário internacional, o conceito de comunicação evoluiu com objetivo de afirmar o reconhecimento do mundo à assertividade das medidas de enfrentamento à crise.

Ao final de 2009, a comunicação desenvolveu tom mais otimista destacando os principais resultados e valorizando o cidadão como protagonista das conquistas do país. A campanha exaltou os valores do brasileiro e promoveu sentimentos de brasilidade e pertencimento. Conceito adotado: “Estamos vivendo um novo Brasil. Feito por você”.

A campanha inaugurou nova fase na comunicação, em que o cidadão é apresentado como agente central das transformações e não somente beneficiário das ações do governo.

Estamos vivendo um novo Brasil. Feito por você. Respeitado pelo Mundo.

Em 2010, as campanhas destacaram os avanços, as conquistas obtidas e o reconhecimento mundial. Com o excelente momento vivido, criaram-se condições para trabalhar os sentimentos de otimismo, orgulho e confiança no futuro, destacando o protagonismo do brasileiro na construção do novo Brasil e o reconhecimento internacional. Com isso, no primeiro semestre de 2010, o conceito evoluiu para “Estamos vivendo um novo Brasil. Feito por você. Respeitado pelo mundo”.

Nas campanhas nacionais, foram trabalhados os valores do brasileiro emoldurados pelas conquistas do país, enquanto que nas campanhas regionais foram apresentados os resultados das ações, programas e medidas do Governo Federal, sob a forma de prestação de contas. Nessas últimas, foram divulgadas obras do PAC, ações e políticas públicas que transformaram a realidade das cidades e da população, usando depoimentos reais com ênfase no impacto dessas medidas na vida dos moradores da região.

Estamos vivendo um Brasil de todos.

O conceito “Estamos vivendo um Brasil de todos” constituiu evolução natural da abordagem utilizada em 2009 “Estamos vivendo um novo Brasil. Feito por você”. A campanha procurou consolidar, no encerramento de um ciclo de gestão, a mensagem de que o Governo Federal cumpriu o compromisso de melhorar a vida dos brasileiros, especialmente no que se refere à redução das desigualdades sociais.

A linha criativa explorou o simbolismo contido no reencontro entre as pessoas, para remeter às conquistas de cada brasileiro, gerando identificação, confiança e valorização da autoestima.

Brasil sem Miséria. Dever do Estado. Tarefa de Todos.

A primeira campanha institucional de 2011 buscou difundir o novo posicionamento do Governo Federal em sua prioridade de atuação na erradicação da miséria e redução da

pobreza extrema, expressa na nova marca – “Brasil. País rico é país sem pobreza”.

O conceito publicitário retratou a essência do Plano Brasil sem Miséria, refletindo o compromisso do Estado e mobilizando a sociedade para seu engajamento no desafio de superação da pobreza extrema no país.

A campanha visou dar visibilidade e sustentação ao conjunto de decisões e medidas desse projeto de governo, destacando o protagonismo de todos os brasileiros nas conquistas econômico-sociais.

Estratégia de Mídia

A estratégia de mídia das campanhas publicitárias teve como objetivo o alcance da população brasileira, utilizando-se dos meios de comunicação de massa de alcance nacional. Utilizou-se ainda a estratégia de regionalização da comunicação, contemplando o atingimento da população, por meio de veículos locais de divulgação, dos municípios com mais de 20 mil habitantes.

Principais Resultados

No geral, as pesquisas realizadas nos anos de 2009 e 2010 identificaram que os conceitos trabalhados nas campanhas publicitárias geraram identificação por parte da sociedade e contribuíram para reforçar a idéia de que o país melhorou.

As campanhas agregaram, ainda, o sentimento de orgulho e de inclusão no processo de crescimento econômico por parte da população. A comunicação demonstrou-se eficiente no estabelecimento do diálogo entre a mensagem do Poder Executivo Federal e a sociedade.

Investimento Publicitário – Institucional e Utilidade Pública

Informações relativas ao investimento publicitário da SECOM a partir da Lei nº 12.232/2010 podem ser encontradas no seguinte endereço eletrônico:

<http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/publicidade/lei-no-12.232-execucao-contratual>

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº 002/2011.

Poderes

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....de de 2011

EMPRESA

CARGO E NOME

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

ANEXO III

PLANILHA DE PREÇO SUJEITO A VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente desta Concorrência, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República serão cobrados honorários de ____ % (_____ por cento) incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

A proposta terá validade de (.....) dias (no mínimo 120 dias), a partir da data de apresentação das Propostas.

O preço proposto contempla todas as despesas necessárias à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.

Desde já declaramo-nos cientes de que a SECOM procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

..... -....., de.....de 2011

(licitante)

Representante legal

ANEXO IV

MINUTA DE CONTRATO

Cláusula Primeira	LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS
Cláusula Segunda	OBJETO
Cláusula Terceira	VIGÊNCIA
Cláusula Quarta	RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
Cláusula Quinta	OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA
Cláusula Sexta	OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
Cláusula Sétima	FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO
Cláusula Oitava	REMUNERAÇÃO
Cláusula Nona	DESCONTO DE AGÊNCIA
Cláusula Décima	DIREITOS AUTORAIS
Cláusula Décima Primeira	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO
Cláusula Décima Segunda	GARANTIA
Cláusula Décima Terceira	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
Cláusula Décima Quarta	RESCISÃO
Cláusula Décima Quinta	DISPOSIÇÕES GERAIS
Cláusula Décima Sexta	FORO

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM A UNIÃO, POR INTERMÉDIO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, E A

Contrato nº

A UNIÃO, por intermédio da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 09.234.494/0001-43, neste ato representada por sua Secretária-Executiva, **YOLE MARIA DE MENDONÇA**, brasileira, residente e domiciliada nesta cidade, inscrita no CPF/MF sob o nº 596.300.867-00, de acordo com a competência prevista no art. 1º da Portaria nº 1, de 05.01.11, publicada no Diário Oficial da União de 06.01.11, doravante designada simplesmente **CONTRATANTE**, e a, com sede em, na, inscrita no CNPJ/MF sob o nº, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada, brasileiro, residente e domiciliado em, inscrito no CPF/MF sob o nº, portador da Carteira de Identidade nº, resolvem celebrar o presente contrato para prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência nº 002/2011, Processo nº 00170.000257/2011-71, mediante os termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93.

1.1.1 Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto nº 6.555, de 08.09.08, do Decreto nº 57.690, de 01.02.66, do Decreto nº 4.563, de 31.12.02, do Decreto nº 3.722, de 09.01.01, da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02, de 11.10.10, e da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21.12.10.

1.2 Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência 002/2011 e seus anexos, a Proposta Técnica da CONTRATADA e sua Proposta de Preço ou a Proposta de Preços com ela negociada.

CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO

2.1 Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da CONTRATANTE aos veículos e demais meios de divulgação.

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

a) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela CONTRATADA;

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;

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

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

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

b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

2.1.2 Os serviços previstos no subitem 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

2.1.3 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Poder Executivo Federal.

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

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

2.4 A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no referido certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

2.5 Para a execução dos serviços e a seleção interna de que trata o art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010, a CONTRATANTE observará o Manual de Procedimento das Ações de Publicidade, aprovado pela Portaria nº, de de 2011, publicada no Diário Oficial da União de, Seção, páginas, disponível na internet no endereço <http://www.....>

CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA

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

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

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE, em conformidade com o art. 38 da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21.12.10, e com o subitem 7.10 deste contrato.

CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA e pelas 2 (duas) outras contratadas, nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ 150.000.000,00 (cento e cinquenta milhões de reais).

4.2 Os créditos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2011 estão consignados no Orçamento Fiscal da União, nas seguintes funcionais programáticas:

a) 04.131.0752.2017.0001 (Programa Gestão da Política de Comunicação de Governo; Ação Publicidade Institucional); Natureza da despesa: 3.3.90.39;

b) 04.131.0752.4641.0001 (Programa Gestão da Política de Comunicação de Governo; Ação Publicidade de Utilidade Pública); Natureza da despesa: 3.3.90.39.

4.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignados nos próximos exercícios, no Orçamento Fiscal da União, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.4 A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1 Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

⇒ 1 (um) Diretor Geral: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em gestão de equipes;

⇒ 1 (um) Diretor de Atendimento: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na função;

⇒ 2 (dois) profissionais de atendimento: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em atendimento de publicidade;

⇒ 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em planejamento de comunicação e marketing;

⇒ 1 (um) Diretor de Criação: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 3(três) anos, na direção de criação publicitária;

⇒ 2 (duas) duplas de criação: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, na criação/redação publicitária;

⇒ 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de *design*/computação gráfica): possuir experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, em produção;

⇒ 1 (um) Diretor de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em planejamento e execução de mídia;

⇒ 2 (dois) profissionais de mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, na execução de mídia;

5.1.3 Constituir e manter, em parceria com as outras agências contratadas como resultado da concorrência que deu origem a este ajuste, a suas expensas, um Núcleo de Mídia, sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos.

5.1.3.1 O Núcleo de Mídia:

a) funcionará sob as orientações da CONTRATANTE, em consonância com as rotinas e práticas acordadas entre ela e as 3 (três) agências;

b) deverá ter infraestrutura operacional adequada e funcionários qualificados, contratados e mantidos pelas 3 (três) agências, com o seguinte quadro mínimo de profissionais e respectivas qualificações mínimas:

⇒ 1 (um) Gerente de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 5 (cinco) anos, em planejamento e execução de mídia;

⇒ 2 (dois) Supervisores de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na execução de mídia;

⇒ 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;

⇒ 5 (cinco) 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;

⇒ 2 (dois) 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;

⇒ 1 (um/a) Secretário(a).

c) deverá estar fisicamente localizado em endereço diverso dos endereços das três agências;

d) terá as seguintes funções principais:

d1) Planejamento:

⇒ participar de reuniões de briefing de mídia junto à CONTRATANTE, quando solicitado;

⇒ assessorar o planejamento de mídia das agências;

⇒ consolidar o planejamento de mídia das agências no que se refere aos valores finais.

d2) Controle:

⇒ desenvolver mapa-choque de veiculação da CONTRATANTE;

⇒ desenvolver mapas de veiculação e investimentos por veículo, campanha e agência;

⇒ atualizar, periodicamente, tabelas, relação de representantes, banco de dados de investimentos e descontos e, no caso de mídia impressa, acompanhar a regularidade das publicações utilizadas na ações de divulgação da CONTRATANTE;

⇒ conferir os planos de mídia das agências antes de seu encaminhamento para aprovação da CONTRATANTE: tabela, descontos e qualificação da pessoa jurídica do veículo (CNPJ e nome empresarial).

d3) Estudos Técnicos:

⇒ avaliar, controlar e responder as propostas encaminhadas pelos veículos;

⇒ consolidar dados de pesquisas para a CONTRATANTE, fornecidos pelas agências, para estudos especiais ou para suporte de avaliações de propostas;

⇒ elaborar, periodicamente, estudos diversos de mídia: evolução de custos de tabelas dos principais veículos; evolução de circulação de jornal e revistas (IVC); evolução de CPM e CPP, nos principais mercados, e outros.

d4) Elaboração de relatórios para a CONTRATANTE:

⇒ veiculações planejadas e realizadas;

⇒ veículos regionais, incluindo representante, tabela e descontos praticados;

⇒ banco de dados de veículos;

⇒ verba por campanha, veículo, agência e período;

⇒ quadro de análise das programações (resultado de alcance, frequência média e CPM ou CPP e outros).

d5) Cadastro de veículos: formar e manter atualizado cadastro de veículos e as respectivas negociações dos veículos de comunicação utilizados nas ações de divulgação da CONTRATANTE e compartilhados com os demais órgãos e entidades do Poder Executivo Federal;

d6) Negociações: promover as negociações autorizadas pela CONTRATANTE, incluídas as com os integrantes do cadastro de veículos;

d7) Reuniões com veículos: participar de reuniões com veículos, juntamente com representante da CONTRATANTE e das agências, a serem realizadas nas instalações do Núcleo de Mídia ou da CONTRATANTE, uma vez por semana.

5.1.3.1.1 Parte da estrutura profissional prevista na alínea 'b' do subitem 5.1.3.1 deverá ser designada para as atividades de formação e manutenção do cadastro de veículos, sendo 1 (um) Coordenador de Mídia, 2 (dois) Assistentes de Mídia – Nível Superior e 2 (dois) Assistentes de Mídia – Nível Técnico, no mínimo.

5.1.3.2 O Núcleo de Mídia deverá iniciar suas operações em até 15 (quinze) dias corridos após a assinatura deste contrato, data a partir da qual a CONTRATADA e as três agências contratadas deverão reunir-se para detalhar a organização administrativa do Núcleo, ressalvado que seu pleno funcionamento deverá ocorrer em até 30 (trinta) dias corridos após a assinatura deste contrato.

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

5.1.5 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

5.1.6 Evitar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.6.1 Pertencem à CONTRATANTE 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 tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.6.1.1 O disposto no subitem 5.1.6.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.6.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.6.3 A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os

concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.6.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.6.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.7 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.

5.1.8 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Disponibilização de Referências (SIREF), aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no SIREF que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

5.1.8.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

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

5.1.8.3 Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

5.1.8.4 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

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

5.1.8.6 As disposições dos subitens 5.1.8 a 5.1.8.5 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.9 Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.9.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.10 Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.10.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.11 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.12 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.11, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.12.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.12 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.12.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.12.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

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

5.1.12.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.12, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

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

a) TV e Cinema: cópias em *Betacam*, e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

b) Internet: cópias em CD;

c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

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

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

5.1.14 Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, em conjunto com as duas outras agências contratadas como resultado da concorrência que deu origem a este ajuste, a suas expensas:

a) instituição e manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) criação e 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.

5.1.14.1 A CONTRATADA e as duas outras agências reunir-se-ão com a CONTRATANTE, em até 30 (trinta) dias após a assinatura deste contrato, para apresentar proposta para o acervo virtual, compreendendo, por exemplo, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

5.1.14.1.1 Para a elaboração da proposta as agências devem considerar que o acervo virtual deverá estar funcionando no prazo de 60 (sessenta) dias, contado da assinatura deste contrato.

5.1.14.1.2 Aprovada pela CONTRATANTE, a proposta passará a integrar este contrato, ressalvado que as partes poderão promover ajustes, sempre que necessários à manutenção do acervo.

5.1.14.2 O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pelas três agências e a CONTRATANTE, reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

5.1.15 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 ou material produzidos, independentemente do disposto nos subitens 5.1.13 e 5.1.14.

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

5.1.16.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.16.

5.1.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

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

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

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

5.1.21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

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

5.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

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

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

5.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

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

5.1.28.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279, de 14.05.96, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

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

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

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

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

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

5.1.33 Informar à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhar relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior, nos termos dos subitens 11.10 e 11.10.1 da Cláusula Décima deste contrato.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) 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 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.

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

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 Serão nomeados Gestores para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

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

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

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

7.5 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

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

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

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

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

7.10 A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

7.10.1 A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada aos Gestores deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

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

8.1.1 Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes a peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

8.1.2 Honorários de 1,5% (um inteiro e cinco décimos por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I - a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de 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;

III - à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 e 8.1.2 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3 Para fins do disposto no inciso III do subitem 8.1.2, entende-se por reimpressão ou reedição a nova tiragem de peça publicitária que não apresenta modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas.

8.4 A CONTRATADA não fará jus:

a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;

b) 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;

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.5 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

8.5.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

8.6 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.7 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

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

9.2 A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.2.1 No caso de veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com os documentos exigidos no subitem 11.4, declaração expressa dos veículos programados nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.1.1 Se a CONTRATADA fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver em cada veiculação.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1 A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

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

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

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

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1 A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

10.2.2.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

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

10.4 A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.8.

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

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

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

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

10.5.1 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.

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ/MF nº 09.234.494/0001-43, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, na Esplanada dos Ministérios, bloco A, 5º andar, sala nº 546.

11.1.2 Os Gestores deste contrato somente atestarão os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

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

I - intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

II - serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

III - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso II do subitem 11.5.

11.2.1 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas no inciso III do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2 A conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, compete ao Núcleo de Mídia, de acordo com o previsto no subitem 5.1.3.1, alínea 'd2', por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

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

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

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

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.11 ou 5.1.12, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.11 ou 5.1.12, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

I.1) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II - Mídia Exterior:

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

II.2 - Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, 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 - Carro 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;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

11.5.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.6 Antes da efetivação dos pagamentos, será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA no SICAF, através de consulta *on-line*.

11.6.1 A CONTRATADA deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município, se:

I - não estiver cadastrada no SICAF;

II - se sua situação no SICAF apresentar documentação obrigatória vencida.

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

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

11.8 No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com 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 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 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.10.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

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

11.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

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

11.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

11.10.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA

12.1 A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R\$ (.....), correspondente a 1% (um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, na forma prevista no subitem 25.1 do Edital que deu origem a esta contratação, no prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura deste contrato.

12.2 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, contado da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

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

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

12.4.1 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRANTE no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.5 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo máximo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seus Gestores, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.5.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

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 - suspensão temporária de participação da seleção de que trata o subitem 2.5;

III - multa de mora e multa por inexecução contratual;

IV - suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;

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

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

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

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

13.1.3.1 A CONTRATANTE comunicará, por escrito, à CONTRATADA que a sanção foi registrada no SICAF.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - as multas, a advertência e a suspensão temporária de participação da seleção de que trata o subitem 2.5 serão aplicadas pelo Secretário de Comunicação Integrada;

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

III - a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao

Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

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

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

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

13.3.1 No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

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

13.4.1 O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de 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 caracterizará inexecução total deste contrato.

13.5 A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

I - de 15% (quinze 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), calculado sobre o valor previsto no subitem 4.1, pela:

a) recusa injustificada em apresentar a garantia prevista nos subitens 12.1 e 12.4 deste contrato;

b) inexecução total deste contrato;

c) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

13.6 A suspensão temporária de participação da seleção de que trata o subitem 2.5 será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a CONTRATADA continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.

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

I - por até 6 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a CONTRATANTE;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5 deste contrato;

II - por até 2 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Planilha de Autorização de Produção (PAP) ou da Planilha de Autorização de Veiculação (PAV), depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;

c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;

g) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;

h) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

13.8 A declaração de inidoneidade 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.

13.8.1 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública 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;

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.

13.8.2 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.

13.9 Da aplicação das sanções de advertência, multa, suspensão temporária de participação da seleção de que trata o subitem 2.5 e suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.9.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) as multas, a advertência e a suspensão temporária de participação da seleção de que trata o subitem 2.5: ao Secretário-Executivo, por intermédio do Secretário de Comunicação Integrada;

b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE: ao Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social, por intermédio do Secretário-Executivo.

13.10 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.11 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.

13.12 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.

13.12.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b) for envolvida em escândalo público e notório;

c) quebrar o sigilo profissional;

d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;

f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato; e

h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

i) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.6.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.1.1.

14.2 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.

14.3 Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

14.4 A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/1993, não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

14.5 A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

15.3 Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4 São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

15.5 A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - FORO

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 3 (três) vias.

Brasília (DF),..... de..... de 2011

YOLE MARIA DE MENDONÇA
Secretária-Executiva