MCT/CGRL/DILC
Fls: _____
Rub:

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
SUBSECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS
COORDENAÇÃO DE LOGÍSTICA E EXECUÇÃO
DIVISÃO DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E COMPRAS
SERVIÇO DE LICITAÇÕES

EDITAL

CONCORRÊNCIA N° 01/2012

Processo nº: 01200.000976/2011-50

CONCORRÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
SUBSECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS
COORDENAÇÃO DE LOGÍSTICA E EXECUÇÃO
DIVISÃO DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E COMPRAS
SERVIÇO DE LICITAÇÕES

SUMÁRIO

Conteúdo

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS 3
2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS 3
3. OBJETO 3
4. RETIRADA DO EDITAL 5
5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL 5
6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL 6
7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO 6
8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES 7
9. DA ENTREGA DO INVÓLUCRO N° 1 ÀS LICITANTES 8
10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA 9
11. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS 11
12. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA 11
13. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS 20
14. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS 24
15. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS 25
16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS 27
17. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO 27
18. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO 33
19. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA 33
20. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS 35
21. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO 41
22. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS 41
23. RECURSOS ADMINISTRATIVOS 41
24. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS 42
25. CONDIÇÕES CONTRATUAIS 42
26. GARANTIA 44
27. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO 45
28. FISCALIZAÇÃO 46
29. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS 46
30. DISPOSIÇÕES FINAIS 46

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 A União, por intermédio do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, doravante denominado MCTI, neste ato representada pela Comissão Especial de Licitação designada pela Portaria Nº-049 de 11/04/2012., 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 Preços serão recebidos como segue:

- dia: 11 de junho de 2012;
- hora: 15:30h;
- local: Setor Policial Sul – Área 5 – Quadra 03 – Bloco “E” – 1º andar
- Brasília (DF).
- (referência do local: Na mesma área onde está localizado o prédio da ANA e da AEB)

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 do MCTI aos veículos e demais meios de divulgação, com intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir idéias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

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 pela agência 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.

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 do MCTI, 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.

3.2 Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

3.2.1 Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cuja atividade seja disciplinada pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.2.2 A agência atuará por ordem e conta do MCTI , 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 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1 Este Edital poderá ser obtido na Divisão de Licitações Contratos e Compras, situada no Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, Bloco "E", Sobreloja, Sala 140, nesta Capital, de segunda a sexta feira, no horário comercial compreendido entre 08:00 e 11:30 e 14:00 e 17:30 horas, mediante a apresentação de GRU quitada no valor de R$ 0,05 (cinco centavos) a cópia da pagina do Edital, que poderá ser obtida por intermédio do sítio http://www.stn.fazenda.gov.br clicando no link SIAFI – sistema de Administração Financeira Guia de Recolhimento da União – impressão – GRU Simples. Será necessário o preenchimento dos dados obrigatórios solicitados no formulário. (Unidade Favorecida: 240101; 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.mcti.gov.br;

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 **cinco dias úteis antes da data de apresentação das Propostas,** exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- por carta ou ofício: protocolizado de segunda a sexta-feira, das 8 às 12h ou das 14 às 17:30h, na Divisão de Licitações Contratos e Compras, situada na sala 140, Sobre loja, Bloco "E" do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, em Brasília (DF);
- pelo fac-símile nº (61) 2033-8533;
- pelo e-mail licita.dilc@mct.gov.br.

5.1.1 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, http://www.mcti.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 **cinco dias úteis antes da data do recebimento das propostas técnicas e de preços**, de segunda a sexta-feira, das 8h às 11:30h ou das 14h às 17:30h, na sala 140, Sobreloja, Bloco "E", do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, 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 Preços, 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 o MCTI , durante 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 e 10.1.1.1 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 o MCTI 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 Preços.

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 Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 2.1.

9. DA ENTREGA DO INVÓLUCRO N° 1 ÀS LICITANTES

9.1 O invólucro padronizado, que constituirá o Invólucro n° 1, será entregue pela Comissão Especial de Licitação às licitantes a partir das 13:30h, da data agendada para início da sessão de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, de que trata os itens 10 e 11 deste Edital.

9.1.1 O procedimento de entrega dos invólucros padronizados será encerrado automaticamente às 15:00h, assegurada a participação do ato de entrega das Propostas Técnicas e de Preços às licitantes que por ventura tenham chegado à sala reservada até aquela hora.

9.2 Os representantes das licitantes deverão se identificar na entrada do prédio (em que será realizada a licitação conforme informado no subitem 2.1) após o que serão encaminhados a uma sala reservada para inserir o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada, sem nenhum tipo de identificação, no Invólucro n° 1**.

9.2.1 Só será permitida a entrada de um representante de licitante por vez nas **salas reservadas**.

9.3 No momento da entrega do Invólucro n° 1 pela Comissão Especial de Licitação, cada licitante deverá analisar o invólucro padronizado fornecido a fim de evitar os que contiverem danificações, deformações, marcas, sinais ou outros elementos que possam a dar margem à identificação da licitante.

9.3.1 Se, no momento do recebimento do Invólucro n° 1, alguma licitante constatar qualquer das falhas descritas no subitem 9.3, deverá solicitar a sua substituição.

9.3.2 Será entregue um invólucro padronizado por licitante.

9.3.3 Após o recebimento do Invólucro n° 1 é até o momento da entrega dos Invólucros à Comissão Especial de Licitação, é de inteira responsabilidade das licitantes zelar por sua preservação.

9.4 Não serão aceitos invólucros com as Propostas Técnicas que não respeitem o sigilo descrito nas alíneas do subitem 10.1.1.3 e 10.1.3.3, ou com danos, na forma do subitem 9.3.

9.5 O modelo e as especificações do Invólucro n° 1, padronizado, são os descritos no Anexo V deste Edital.

9.5.1 As licitantes, antes dos procedimentos previstos neste item 9, devem certificar-se de que as peças, materiais e demais documentos integrantes do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada estarão perfeitamente acondicionados no referido Invólucro.

9.5.2 Não serão aceitos pela Comissão Especial de Licitação Invólucros deformados ou danificados pelas peças, materiais e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

9.6 O não recebimento do Invólucro n° 1 pela Comissão especial de Licitação a impedirá de receber os demais Invólucros da licitante.

9.7 Os demais Invólucros (nº 2, nº 3, nº 4 e nº 5), que serão providenciados pelas licitantes, deverão estar identificados de acordo com o estabelecido neste Edital e sem nenhuma outra informação complementar.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Invólucro nº 1

10.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 12.2 e 12.3.

10.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo MCTI.

10.1.1.1.1 O invólucro padronizado deverá ser retirado pelas licitantes, na forma estabelecida no item 9 deste Edital.

10.1.1.1.2 O invólucro padronizado só será entregue à agência que compareça dentro do horário estipulado no subitem 9.1.

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

10.1.1.3 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

10.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 12.4.

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

a) Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação;

b) Comissão Especial de Licitação;

c) Concorrência nº 01/2012 - MCTI

d) Invólucro nº 2

e) Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

f) Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

Invólucro nº 3

10.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 12.5 a 12.10.

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

a) Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação;

b) Comissão Especial de Licitação;

c) Concorrência n° 01/2012 - MCTI;

d) Invólucro n° 3;

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

f) Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

10.1.3.3 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, 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. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

Invólucro nº 4

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

a) Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação;

b) Comissão Especial de Licitação;

c) Concorrência n° 01/2012 - MCTI;

d) Invólucro n° 4;

e) Proposta de Preços;

f) Nome empresarial e CNPJ da licitante.

11.1.2 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.

12. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

12.1 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	

12.1.1 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

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

a) em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;

b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;

d) com textos justificados;

e) com espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

f) com texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 12.2.1, 12.2.3 e 12.2.3.1;

g) com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

h) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;

i) capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;

j) sem identificação da licitante.

12.2.1 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos 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 12.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

12.2.2 As especificações do subitem 12.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 12.3.3 e à indicação prevista no subitem 12.3.3.3.3.

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

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

12.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 12.2.

12.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.3 e 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1.

12.2.5 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.

12.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 12.3.3 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 subquesitos.

12.2.7 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 10.1.1.3, no subitem 12.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1.

12.2.8 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.

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

12.2.9.1 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 12.2, no que couber.

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

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

12.3.2 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.

12.3.3 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 12.3.2, 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.

12.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 12.3.3 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.

12.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', a relação prevista na alínea 'a' do subitem 12.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

12.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 12.3.3:

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 peças destinadas a rádio e internet;

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

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

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

12.3.3.3.2 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 12.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

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

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

c) anúncio composto de páginas sequenciais 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. Em caso de eventual apresentação dessa proposta de *hotsite*, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

12.3.3.3.3 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 12.3.3.

12.3.3.3.4 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.

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

12.3.3.3.6 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 *passe-partout*, observado o disposto no subitem 12.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

12.3.4 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.

12.3.4.1 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 12.3.3 deverão constar dessa simulação.

12.3.4.2 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.

12.3.4.3 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

12.4 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

12.5 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.

12.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

12.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 12.5 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.

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

12.6 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 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 do MCTI, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

12.7 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.

12.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

12.7.2 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.

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

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

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

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

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

12.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 12.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

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

12.8.1.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 12.8.1, 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 13.3.1.

12.8.2 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.

12.8.3 As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo MCTI.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

12.9 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 seqüencialmente, 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.

12.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 12.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

12.9.2 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.

12.10 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.

12.10.1 As propostas de que trata o subitem 12.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2006.

12.10.2 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 13.3.1.

12.10.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitada e ou aprovada pelo MCTI.

12.10.3.1 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.

12.10.4 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:

12.10.4.1 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;

12.10.4.2 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 12.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

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

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

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

13. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

13.1 A Subcomissão Técnica prevista no subitem 19.2 analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

13.2.1 Plano de Comunicação Publicitária

13.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão sobre:

a) as funções e do papel do MCTI nos contextos social, político e econômico.

b) a natureza, da extensão e da qualidade das relações do MCTI com seus públicos;

c) as características do MCTI e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) o desafio de comunicação a ser enfrentado pelo MCTI;

f) as necessidades de comunicação do MCTI para enfrentar esse desafio.

13.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação do MCTI e a seu desafio de comunicação;

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 do MCTI com seus públicos;

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

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 o MCTI, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no Briefing e a verba disponível.

13.2.1.3 Ideia Criativa

a) sua adequação ao desafio de comunicação do MCTI;

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 do MCTI e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

i) a exeqüibilidade das peças e ou do material;

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

13.2.1.4 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 do MCTI;

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.

13.2.2 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 do MCTI;

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 o MCTI 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 do MCTI, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

13.2.3 Repertório

a) a ideia 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;

13.2.4 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.

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

13.3.1 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)

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

13.3.2.1 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.

13.3.2.2 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.

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

13.3.4 Será considerada mais bem-classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

13.4 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 70 (setenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 13.2.1.1 a 13.2.1.4 e 13.2.2. a 13.2.4.

13.5 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 13.2.1, 13.2.2, 13.2.3 e 13.2.4.

13.6 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 20.3 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 22 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

14. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1 A Proposta de Preços 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 14.2 e 14.3;

c) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 14.2 e 14.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2 A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo III.

14.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelo MCTI;

a1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

a.2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado

b) 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 ao MCTI as vantagens obtidas;

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

14.4 Os preços proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

15. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

15.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

15.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

a) desconto inferior a 55% (cinquenta e cinco por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a titulo de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) percentual de honorários superior a 4 % (quatro por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato

c) percentual de honorários superior a 4 % (quatro por cento) sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) percentual de honorários superior a 9,5 % (nove inteiros e cinco décimos por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de 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.

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

15.4 A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

15.4.1 A Comissão Especial de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 14.3	P1 = 0,3 x Desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 14.3	P2 = 5,0 x (4,0- Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 14.3	P3 = 5,0 x (4,0 - Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 14.3	P4 = 6,0 x (9,5 - Honorários)

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes da Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.

15.4.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 15.4, como segue: P = P1 + P2 + P3 + P4.

15.4.3 A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

15.4.3.1 Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

a) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.

b) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;

c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

16.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços 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 13 e 15 retro.

16.2 Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas, a licitante mais bem-classificada no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos subitens 13.5 e 13.6 – e que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

17. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1 A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 18.1.1.

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

a) Invólucro n° 5
b) Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação;
c) Comissão Especial de Licitação
d) Concorrência nº 01/2012 - MCTI;
e) Invólucro nº 5;
f) Documentos de Habilitação;
g) Nome empresarial e CNPJ da licitante.

17.1.3 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.

17.1.4 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.

17.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 17.2.1 a 17.4 ou nos subitens 17.5 a 17.5.1.

17.2.1 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.

17.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

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 quer 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.

g) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovado pelo Decreto – Lei n.º 5.452, de 1º de maio de 1943.

17.2.2.1 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.

17.2.3 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).

17.2.4 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:

b.1) 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);

b.2) 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);

b.3) 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.

17.2.4.1 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.

17.2.4.2 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 17.2.4, 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):

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

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

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

b) do balanço referido no subitem 17.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

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

17.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 17.2.4.2 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.

17.2.4.4 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 17.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 5 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

17.2.5 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 01/2012 - MCTI

....., 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 (dezesseis) 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 01/2012 - MCTI

....., 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 desta 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 desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar desta Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da desta 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 desta Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

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

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar desta Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do MCTI 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

_____

17.3 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.

17.4 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 17.2.1 e nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 17.2.2. Nesse caso a licitante se obriga a declarar ao MCTI a existência de fato superveniente impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

17.5 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$ 1.000.000,00 (um milhão 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 18.2 – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);

c) declarações, 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 17.2.5;

e) declaração firmada conforme o modelo previsto na alínea 'b' do subitem 17.2.5;

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

17.5.2 É recomendável que a licitante tenha solicitado seu cadastramento no terceiro dia útil anterior à data de recebimento dos Documentos de Habilitação e compareça 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.

18. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 17 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 18.1.1.

18.1.1 Se nenhuma licitante restar habilitada, o MCTI reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

18.2 Quanto as licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 17.5 deste Edital, sua situação será verificada por meio de consulta online ao SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo nos termos da Lei n° 8.666/93 e da Instrução Normativa SLTI/MP n 02/2010.

19. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

19.1 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.

19.2 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.

19.2.1 Um dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o MCTI.

19.3 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 pelo MCTI.

19.3.1 A relação dos nomes referidos no subitem 19.3 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.

19.3.2 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 o MCTI , nos termos dos subitens 19.2.1 e 19.3.

19.3.3 A relação prevista no subitem 19.3 conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o MCTI .

19.3.4 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 19.3, mediante apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.

19.3.5 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.

19.3.6 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 19.

19.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 19.3.

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

19.3.7 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 19.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

20.1 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.

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

20.1.2 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.

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

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

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

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

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

20.1.8 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.

20.1.9 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, o MCTI providenciará sua destruição.

Primeira Sessão

20.2 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.

20.2.1 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.

20.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 20.2.1, a Comissão Especial de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

20.2.2 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 22.

20.2.2.1 A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 20.2.2, 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.

20.2.2.2 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.

20.2.3 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.

20.2.4 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.

20.2.5 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 20.2.6 e seguintes.

20.2.5.1 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 22, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 23.

20.2.6 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.

20.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 13.4, 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.

20.2.6.1.1 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.

20.2.7 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 20.2.6 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

20.3 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 22, 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 13.6, quando for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 22, 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 23.

20.3.1 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

20.4 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 22, 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 Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame 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 Preços 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 a licitante mais bem-classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha 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 da agência;

h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem-classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preços e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 22,

com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 23.

20.4.1 Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas alíneas 'f' e 'g' do subitem 20.4 apenas os preços sujeitos a valoração, integrantes da Planilha que constitui o Anexo III. Portanto, os percentuais de que tratam os subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 da minuta de contrato (Anexo IV) corresponderão aos percentuais estabelecidos pela própria licitante vencedora em sua Proposta de Preços, nas declarações a que se referem, respectivamente, as alíneas 'a1' e 'a2' do subitem 14.3 deste Edital

Quarta Sessão

20.5 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 22, 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 22, 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 22 o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

20.5.1 Será impressa a Declaração referente à Situação de cada licitante que optou por comprovar sua habilitação parcial via SICAF, conforme previsto nos subitens 17.5 e 18.2 deste Edital, a qual será assinada pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

20.5.1.1 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.

20.5.2 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.

21. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

21.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Ordenador de Despesas homologará o resultado desta concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto a licitante vencedora, observado o disposto no subitem 30.10.

21.2 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.

22. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

22.1 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.

23. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

23.1 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 MCTI, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, no endereço mencionado no item 2.1.

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

23.3 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 Odenador de Despesas, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

23.4 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.

23.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, das 08:30 às 1130horas e das 14:00h às 17:30hors, **em local a ser indicado pela Comissão Especial de Licitação**.

23.6 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 o MCTI – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

24. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

24.1 As despesas com o presente contrato, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais).

24.2 Os créditos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2012 estão consignados no Orçamento Fiscal da União, na seguinte funcional programática: Ação 4641 – Publicidade de Utilidade Pública.

24.3 Se o MCTI optar pela prorrogação do contrato, serão consignados nos próximos exercícios, em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

24.4 O MCTI se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

25. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

25.1 A licitante vencedora terá 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 26.1.

25.1.1 Se a licitante vencedora não comparecer, no prazo estipulado no subitem 25.1, para assinar o respectivo contrato e não apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, o MCTI poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

25.2 Antes da celebração do contrato, o MCTI 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.

25.3 O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá 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).

25.4 O MCTI poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da minuta de contrato (Anexo IV).

25.5 A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extra judicial por parte do MCTI, a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada do valor dos prejuizos causados, alem das sanções previstas neste Edital e em Lei, até a completa indenização dos danos.

25.6 À contratada poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes.

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

25.8 Será da responsabilidade da contratada 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.

25.9 Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

25.10 A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos ao MCTI sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolva.

25.11 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome do MCTI, se houver expressa autorização deste.

25.12 É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente concorrência para qualquer operação financeira.

25.13 A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, 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.

25.14 O MCTI avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada, nos termos da minuta de contrato (Anexo IV).

25.15 A contratada centralizará o comando da publicidade do MCTI no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial, observado o disposto na minuta de contrato (Anexo IV).

25.16 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela respectiva licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

26. GARANTIA

26.1 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 do MCTI, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado do contratado (subitem 24.1), a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha da licitante vencedora:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b) seguro-garantia;

c) fiança bancária.

26.2 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.

26.3 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 o MCTI como beneficiária;

c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

26.4 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 ao MCTI, 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.

e) Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.

26.5 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; podendo o MCTI recusar o titulo ofertado, caso verifique ausência desses requisitos.

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

c) Ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser reconhecido pelo governo federal constando entre aqueles previstos na legislação específica.

26.6 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses do MCTI.

26.7 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.

26.8 A garantia prestada pela contratada será liberada ou restituída, a pedido da contratada, no prazo máximo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência do contrato, mediante certificação do fiscal/gestor do contrato de que os serviços foram realizados a contento.

26.9 Se o valor da garantia for utilizada em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização em terceiros, a contratada se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo e improrrogável de 10 (dez) dias úteis, a contar da data em que for notificada pelo MCTI .

26.10 Se houver acréscimo ao valor do contrato, a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis a contar da data que for notificada pelo MCTI.

27. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

27.1 A remuneração a contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos da minuta de contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos em suas Propostas de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociado na forma prevista no subitem 20.4, alíneas ‘f’ e ‘g’.

27.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta de contrato (Anexo IV).

28. FISCALIZAÇÃO

28.1 O MCTI realizará fiscalização do contrato resultante desta concorrência, nos termos da minuta de contrato (Anexo IV).

29. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

29.1 Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de 5% (cinco por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 24.1, 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.

29.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.1.1.

29.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo MCTI, resguardado os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da minuta de contrato (Anexo IV).

30. DISPOSIÇÕES FINAIS

30.1 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 Preços ou dos Documentos de Habilitação.

30.1.1 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.

30.2 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.

30.2.1 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.

30.3 Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se o MCTI tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

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

30.4 Se o instrumento firmado com a contratada for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o MCTI 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 estiver sujeita a signatária do contrato.

30.5 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 ao MCTI.

30.6 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.

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

30.8 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.

30.9 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.

30.10 Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação no processo de julgamento das propostas resultará na sua desclassificação.

30.11 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.

30.11.1 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.

30.12 O MCTI 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 assegurado à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

30.13 Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, 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.

30.14 Correrão por conta do MCTI 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.

30.15 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.

30.16 Integram este Edital os seguintes anexos:

a) Anexo I: Briefing;

b) Anexo II: Modelo de Procuração;

c) Anexo III: Planilha de Preços Sujeito a Valoração;

d) Anexo IV: Minuta de Contrato.

e) Anexo V: Modelo e Especificações do Invólucro n.° 1.

Brasília (DF), 20 de abril de 2012

GILZELE DA CUNHA BASTOS
Presidente da Comissão Especial de Licitação

MCT/CGRL/DILC
Fls: _____
Rub:

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
SUBSECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS
COORDENAÇÃO DE LOGÍSTICA E EXECUÇÃO
DIVISÃO DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E COMPRAS
SERVIÇO DE LICITAÇÕES

ANEXO I

BRIEFING

1 – SITUAÇÃO GERAL

Criado pelo Decreto n.º 91.146, em 15 de março de 1985, o Ministério da Ciência e Tecnologia (MCTI) exerce a coordenação da política nacional de pesquisa científica, tecnológica e inovação, com ênfase no planejamento, coordenação, supervisão e controle das atividades relacionadas à ciência e tecnologia em geral e, em particular, à política de desenvolvimento de informática e automação; à política nacional de biossegurança; à política espacial, à política nuclear e ao controle da exportação de bens e serviços sensíveis.

O MCTI cumpre funções de coordenação, fomento e execução. A coordenação realiza-se pelo conjunto de secretarias que compõem a estrutura do próprio ministério, com o auxílio do Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia (CCT).

Por meio de suas unidades de pesquisa e duas das mais importantes agências de fomento do País – a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) e o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) – o MCTI coordena e executa programas e ações que consolidam a Política Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação.

Ainda compõem o sistema MCTI, as seguintes instituições e empresas: o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE); a Comissão Nacional de Energia Nuclear (CNEN); a Agência Espacial Brasileira (AEB); 18 unidades de pesquisa científica, tecnológica e de inovação e as Indústrias Nucleares Brasileiras (INB); Nuclebrás Equipamentos Pesados (NUCLEP); Alcântara Cyclone Space (ACS) e o Centro de Excelência em Tecnologia Eletrônica Avançada (CEITEC S.A.).

A área de ciência e tecnologia nem sempre teve uma pasta ministerial que concentrasse e conduzisse as ações do Sistema Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, instituído em 1975, quando estava sob a responsabilidade do Ministério do Planejamento. Nessa época, o órgão responsável pela coordenação do sistema era o então Conselho Nacional de Pesquisa, transformado em Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, que conservou a sigla CNPq, mas assumiu uma estrutura complexa, quase ministerial.

Pode-se dizer que a criação do Ministério resultou de um processo que teve início na década de 1970 e se completou na década seguinte.

Nesse sentido, vale registrar a referida mudança na estrutura do CNPq em 1975 e o esforço para integrar as ações nacionais de Ciência e Tecnologia - C&T, no início dos anos 1980, quando o Ministério do Planejamento criou um programa nacional com a participação das quatro principais agências de fomento: CNPq, FINEP, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES/MEC) e Secretaria de Tecnologia Industrial (STI).

Tratava-se do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (PADCT), com o objetivo de iniciar a coordenação entre as agências e testar metodologias de planejamento, avaliação e execução de projetos. Assessores de planejamento e avaliação experimentavam formas de integrar as ações comuns entre as quatro agências.

Começava a nascer a idéia da criação de um ministério que se ocupasse especificamente das ações de C&T. Políticos e membros da comunidade científica se mobilizaram e encaminharam a proposta ao governo e tiveram sua reivindicação acatada em 1985.

Uma das primeiras ações do Ministério da Ciência e Tecnologia foi a implementação da experiência ainda incipiente do PADCT. Outra ação foi a criação do Programa de Formação de Recursos Humanos em Áreas Estratégicas (RHAE).

Em 1990, o Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA) e o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) passaram a integrar a sua estrutura.

Com a criação do Plano de Ação de Ciência, Tecnologia e Inovação para o Desenvolvimento Nacional (PACTI 2007-2010), lançado pelo Governo Federal em parceria com estados e municípios, comunidade científica, empresários e diversas organizações da sociedade, o MCTI ampliou sua estrutura organizacional.

Para desempenhar sua missão institucional, o MCTI tem uma Secretaria Executiva e quatro secretarias temáticas. Juntas, são responsáveis pela gestão e execução dos principais programas e ações do ministério. São elas:

Secretaria Executiva (SEXEC)

A Secretaria Executiva assessora o ministro na supervisão e coordenação das atividades das demais secretarias e define diretrizes de implementação de ações na área de ciência e tecnologia; coordena e elabora diretrizes, normas, planos e orçamento relativos a planos anuais e plurianuais; capta recursos para o financiamento de programas e projetos de desenvolvimento científico e tecnológico e formação de recursos humanos; supervisiona e coordena o acompanhamento das realizações de programas e projetos de pesquisa científica e tecnológica das unidades de pesquisa. Para isso, conta com três assessorias - de Captação de Recursos, de Coordenação dos Fundos Setoriais e de Acompanhamento e Avaliação das Atividades Finalísticas - e duas subsecretarias - de Coordenação das Unidades de Pesquisa e de Planejamento, Orçamento e Administração.

Secretaria de Ciência e Tecnologia para Inclusão Social (SECIS)

A Secretaria de Ciência e Tecnologia para Inclusão Social (SECIS) tem a responsabilidade de fazer a articulação de políticas que viabilizem o desenvolvimento econômico, social e regional e a difusão de conhecimentos e tecnologias apropriadas em comunidades carentes nos meios rural e urbano. Conta com dois departamentos - de Ações Regionais para Inclusão Social e de Popularização e Difusão da Ciência e Tecnologia e duas coordenações - de Acompanhamento da Execução de Projetos de Inclusão Social e de Pesquisa e Desenvolvimento da Segurança Alimentar e Nutricional.

Secretaria de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (SETEC)

A Secretaria de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (SETEC) acompanha a Política Nacional de Desenvolvimento Tecnológico, dando especial atenção às ações voltadas para a capacitação tecnológica das empresas; e coordena estudos que subsidiem a formulação de políticas de estímulo visando à competitividade do setor empresarial brasileiro. Tem 12 coordenações: de Inovação Tecnológica; de Tecnologias Setoriais; de Serviços Tecnológicos; do Sistema Brasileiro de Tecnologia; do Programa Nacional de Sensibilização e Mobilização para a Inovação; do Marco Legal da Inovação; de Capacitação de RH para Inovação; de Incentivos Fiscais; do Programa Nacional de Apoio às Incubadoras de Empresas e Parques Tecnológicos; Biocombustível; de Energia; de Recursos Minerais.

Secretaria de Política de Informática (SEPIN)

A Secretaria de Política de Informática (SEPIN) propõe e implementa ações de políticas públicas para o setor de tecnologias da informação e comunicação; coordena as medidas necessárias à execução da Política Nacional de Informática e Automação e o desenvolvimento do setor de *software*. Conta com um departamento de Políticas e Programas Setoriais em Tecnologia da Informação e Comunicação e três coordenações - de Tecnologia da Informação, de Serviços e Programas de Computador e de Microeletrônica.

Secretaria de Políticas e Programas de Pesquisa e Desenvolvimento (SEPED)

A Secretaria de Políticas e Programas de Pesquisa e Desenvolvimento (SEPED) gerencia políticas e programas visando ao desenvolvimento científico, tecnológico e da inovação em áreas de interesse estratégico para o levantamento e aproveitamento sustentável do patrimônio nacional e nas áreas de ciências exatas. Tem oito coordenações - para Mar e Antártica, de Acompanhamento e Avaliação para Pesquisa, de Políticas e Programas em Biodiversidade, de Biotecnologia e Saúde, de Gestão de Ecossistemas e Biodiversidade, de Micro e Nanotecnologias, de Mudanças Globais de Clima e de Meteorologia, Climatologia e Hidrologia - e um departamento de Políticas e Programas Temáticos.

2 – DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

A ciência brasileira tem avançado muito nos últimos anos e se torna cada vez mais um componente estratégico para o desenvolvimento sustentável do país.

Nos últimos quatro anos, um dos principais instrumentos nesse processo foi o Plano de Ação de Ciência, Tecnologia e Inovação para o Desenvolvimento Nacional (PACTI 2007-2010).

Resultado de uma forte parceria do Governo Federal com estados, municípios, comunidade científica, empresários e diversas organizações da sociedade, o PAC da Ciência, como ficou mais conhecido, integrou-se às demais políticas públicas, no âmbito do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e da Política de Desenvolvimento Produtivo (PDP).

Neste sentido a evolução do PACTI esteve presente na agenda do governo, por meio de iniciativas do Ministério da Ciência e Tecnologia.

Sua nova versão vai contemplar as contribuições da IV Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação para o Desenvolvimento Sustentável, sistematizadas no Documento denominado de “Livro Azul”.

Dentre elas estão o capítulo “Ciência e Tecnologia para o Desenvolvimento Social” que dentre outros desafios destaca o crescimento das atividades de popularização da ciência e tecnologia e sua apropriação social, por meio da articulação permanente entre as experiências de ensino e aprendizagem, entre os espaços científicos e culturais, além dos espaços formais.

Uma das agendas mais bem sucedidas do MCTI, neste aspecto é a Semana Nacional de Ciência e Tecnologia – SNCT realizada em todo o país desde 2004.

Sua principal meta é mobilizar a população, em especial crianças e jovens, em torno de temas e atividades de C&T, valorizando a criatividade, a atitude científica e a inovação.

A SNCT pretende mostrar também a importância da C&T para a vida de cada um e para o desenvolvimento do país. Ela possibilita, ainda, que a população brasileira conheça e discuta os resultados, a relevância e o impacto das pesquisas científicas e tecnológicas e suas aplicações.

Participam da SNCT as instituições de pesquisa e ensino, universidades, escolas de todos os níveis, secretarias estaduais e municipais de C&T e de educação, fundações de apoio a pesquisa, órgãos governamentais, espaços científico-culturais, entidades científicas e tecnológicas e da sociedade civil, ONGs, empresas, cientistas, professores, pesquisadores, técnicos, estudantes, comunicadores da ciência e outras entidades da sociedade civil.

Em cada estado, existem coordenações locais e a SNCT conta com a participação de governos estaduais e municipais e de instituições de ensino e pesquisa. Diversos estados e municípios já criaram suas Semanas Estaduais e Municipais de C&T, articuladas com a SNCT.

Entre os tipos de atividades desenvolvidas, estão: tendas da ciência em praças públicas; dias de portas abertas em instituições de pesquisa e ensino; feiras de ciência, concursos, oficinas e palestras; ida de cientistas às escolas; jornadas de iniciação científica; distribuição de cartilhas, encartes e livros; exibição de filmes e vídeos científicos; excursões científicas; programas de divulgação em rádios e TVs; além de eventos que integram ciência, cultura, arte etc.

A cada ano a SNCT adota um tema principal que estimula o debate sobre esses assuntos da atualidade no Brasil e no mundo.

Um dos temas propostos para o ano de 2012 será “Comunicação e Ciência” e é o que escolhemos para o desenvolvimento da proposta técnica.

Esta escolha foi motivada em função de que as tecnologias para produção de vídeos e áudios estão cada vez mais acessíveis à população em geral, às instituições de ensino, à pesquisa e à comunicação. O desafio maior é o da criatividade e da eficiência da boa comunicação dos temas de ciência, tecnologia e inovação abordados. Técnicas simples e princípios básicos de comunicação, que são facilmente assimiláveis, podem ajudar muito na produção de boas obras de divulgação.Por outro lado, precisamos incentivar às emissoras de TV, principalmente as públicas, a produzirem mais e melhores programas de ciência.

A SNCT acontece de 17 a 23 de outubro em todas as regiões do País. Em Brasília, a Semana Nacional é realizada na Esplanada dos Ministérios com participação, em média de cem mil pessoas. Mais informações sobre a Semana podem ser obtidas no sítio: http://semanact.MCTI.gov.br.

Dentro desta realidade, o mais importante desafio que a comunicação social do Ministério deve apoiar é a expansão territorial e populacional da SNCT, buscando enraizar na mente e nos corações de crianças, jovens e adultos o respeito, o valor e a paixão pelo mundo da ciência.

A SNCT cresce a cada ano em número de participantes, mas parece ser necessário desenvolver-se estratégias comunicacionais para conquistar e cativar um número cada vez maior de pessoas que venham a se integrar ao universo da C&T e que possam alçar o Brasil à condição de se tornar uma grande potência mundial nesta área.

Por isso, não basta que sejam feitos eventos em todo o país. A estratégia comunicacional por detrás destes eventos é o que efetivamente tocará a mente e os corações de todos, semeando novos cientistas ou, ao menos, novos admiradores deste amplo campo de riqueza no país.

3 – OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

Geral:

Ampliar a participação dos públicos primários e secundários nas atividades da Semana Nacional de Ciência e Tecnologia em todo o território nacional, bem como promover o crescimento do número de atividades e de instituições parceiras.

Específicos:

a) mostrar que os investimentos em ciência, tecnologia e inovação são essenciais para a consolidação do desenvolvimento sustentável e soberano do país;

b) evidenciar as vantagens para a sociedade da estruturação de um sistema nacional de ciência, tecnologia e inovação, capaz de integrar políticas, programas e projetos e assegurar maior eficiência aos investimentos no setor;

c) mostrar como a ciência, a tecnologia e a inovação garantem trabalho, renda e melhoram a qualidade de vida para os brasileiros, além de promover a inclusão social;

d) despertar entre a população, de modo especial entre seus segmentos mais jovens, o interesse pela ciência, o respeito e a admiração pelos cientistas brasileiros e suas descobertas;

e) estimular a prática da pesquisa e da experimentação científicas e da inovação tecnológica nas instituições de ensino e nas empresas;

f) estimular crianças e jovens para tornarem-se cientistas;

g) inocular na população a cultura e a valorização do mundo da ciência;

h) incentivar os jovens a ingressarem em carreiras, com déficit de profissionais, tais como engenharia, biologia, matemática, física e química.

i) ressaltar as contribuições das descobertas da ciência para o Brasil e para o mundo.

4 – PÚBLICO ALVO

Público Primário:

Jovens e crianças em idade escolar

Público Secundário:

Educadores em todos os níveis de escolas públicas e privadas, promovendo o crescimento do número de atividades e de instituições parceiras.

5 – PERÍODO DA COMPANHA

As agências concorrentes deverão propor o período mais adequado para a realização da campanha de mídia, considerando que a SNCT é realizada na segunda quinzena do mês de outubro em todas as regiões do país.

6 – PRAÇAS

As praças preferenciais indicadas para a realização da ação de comunicação devem ser as capitais do país e cidades de grande porte.

7 – VERBA REFERÊNCIAL PARA INVESTIMENTO

No cálculo da alocação dos valores para a produção, veiculação, exposição e ou distribuição da campanha de que trata o subitem 12.3 do Edital, a licitante utilizará como referencial a verba de R$ 2.000.000,00 (Dois milhões de reais).

8 – OUTRAS INFORMAÇÕES

- www.MCT.gov.br

- HTTP://semanact.MCT.gov.br

- Kit de publicações do MCTI a ser retirado pelas concorrentes junto a Ascom/MCTI

9 – RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Portal do MCTI (www.MCT.gov.br);

- Rede interna denominada intranet;

- Mailing das instituições vinculadas ao MCTI (agências, empresas públicas e unidades de pesquisa).

10 – ESFORÇOS ANTERIORES

O contrato de publicidade do MCTI contempla apenas Publicidade de Utilidade Pública. Todos os esforços de comunicação, portanto, "tem como objetivo informar, orientar, mobilizar a população ou segmento da população sobre os programas e ações da pasta".

No penúltimo último ano do contrato de publicidade, cerca de 50% da verba foi utilizada em produção e 50% em mídia (usada quase integralmente na campanha de divulgação da 4ª Conferência Nacional de Ciência Tecnologia e Inovação, realizada em maio de 2010.

Em 2011, de janeiro a novembro, a verba utilizada foi de 50% do valor total do contrato, dividida conforme tabela abaixo :

Mídia	145.094,64
Produção Gráfica	1.297.674,38
Produção Eletrônica	3.559.846,00
Criação	55.400,94
Total	**5.058.015,96**

Este demonstrativo de gastos de 2011 reflete os investimentos em novas Tecnologias de Informação e Comunicação, - TICs, considerados estratégicos e implementados por este Ministério no período, o que demonstra o baixo valor usado em Mídia (somente anúncios em revistas técnicas) e o alto valor em produção eletrônica (reformulação dos sites do Ministério, criação e desenvolvimento de revista eletrônica, utilização de equipamentos eletrônicos de interação em substituição aos impressos, TVWeb, Central de Rádio). Para 2012 este quadro não deverá se repetir desta forma, visto que não teremos desenvolvimento mas somente manutenção em produção eletrônica.,

11 – IDENTIDADE VISUAL

Toda a identidade visual da SNCT deverá ser proposta pela agência de publicidade de acordo com o tema definido. As informações sobre a correta aplicação da marca da SNCT junto ao MCTI e Governo Federal, deverão ser disponibilizadas no site do Ministério: www.MCT.gov.br.

MCT/CGRL/DILC
Fls: _____
Rub:

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
SUBSECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS
COORDENAÇÃO DE LOGÍSTICA E EXECUÇÃO
DIVISÃO DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E COMPRAS
SERVIÇO DE LICITAÇÕES

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

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

Outorgado
O representante devidamente qualificado

Objeto
Representar a outorgante na Concorrência nº 001/2012.

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 2012

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.

MCT/CGRL/DILC
Fls: _____
Rub:

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
SUBSECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS
COORDENAÇÃO DE LOGÍSTICA E EXECUÇÃO
DIVISÃO DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E COMPRAS
SERVIÇO DE LICITAÇÕES

ANEXO III

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

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

a) desconto, a ser concedido ao MCTI, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal: _____ % (_____ por cento);

b) honorários, a serem cobrados do MCTI, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: ____ % (____ por cento);

c) honorários, a serem cobrados do MCTI, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: _____ % (____ por cento);

d) honorários, a serem cobrados do MCTI, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de 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: ____ % (_____ por cento).

..... -....., de.....de 2012

(nome da licitante)

_____
Representante legal

MCT/CGRL/DILC
Fls: _____
Rub:

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
SUBSECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS
COORDENAÇÃO DE LOGÍSTICA E EXECUÇÃO
DIVISÃO DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E COMPRAS
SERVIÇO DE LICITAÇÕES

ANEXO IV

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº 02.00___.00/2011
CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM A UNIÃO, POR INTERMÉDIO DO MINISTERIO DA CIENCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO, E A EMPRESA....

A União, por intermédio do **MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO**, neste ato denominado **CONTRATANTE**, inscrita no CNPJ sob o nº 03.132.745/0001-00, com Sede na Esplanada dos Ministérios, Bloco E, Brasília-DF, CEP Nº 70.067-900, neste ato representado pelo Senhor Chefe da Assessoria de Comunicação Social, **JOSÉ ROBERTO PEREIRA DE MELLO**, nacionalidade brasileira, CPF Nº 984.227.908-15, portador da Carteira de Identidade Nº 12808392, expedida pelo SSP/SP, designado pela Portaria nº 123, de 30 de novembro de 2011, publicada no Diário Oficial da União nº 231 de 02 de dezembro de 2011, e no exercício regular da competência que lhe foi delegada pela Portaria MCTI nº. 218, de 18 de abril 2011, publicada no DOU, Seção 2, do dia 19 de abril de 2011, e a empresa ....., estabelecida 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 1/2012- MCTI, Processo nº 01200.000976/2011-50, mediante os termos e condições a seguir:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232, 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.

1.2 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.

1.3 Integrarão este contrato independentemente de transcrição, as condições estabelecidas no Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela respectiva CONTRATADA que tenham servido de base para o julgamento da concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

2. 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 do MCTI aos veículos e demais meios de divulgação, com intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução deste contrato;

b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela CONTRATADA.

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 do CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração 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 que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta do 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.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado, nos termos do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

3.1.1 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pelo CONTRATANTE, em conformidade com o art. 38 da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 21/12/10, e com o subitem 7.11 deste contrato.

4. CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA, nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais).

4.2 Os créditos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2012 estão consignados no Orçamento Fiscal da União, nas seguintes funcionais programáticas:

Fonte de Recursos nº 0100; Ação 4641; Natureza da despesa: 33.90.39;

4.3 Se o 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 O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

5. 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 do CONTRATANTE em Brasília, onde, para esse fim, manterá escritório. 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 às 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, em Brasília, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE.

5.1.3 Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os

serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

5.1.4 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 ao CONTRATANTE.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem ao CONTRATANTE às vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários 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.

5.1.5.1.1 O disposto no subitem anterior 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.

5.1.5.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3 A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do 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.

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem anterior 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.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preços, até os percentuais máximos constantes, 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 do CONTRATANTE.

5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao 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

fornecerem 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 esta inscrito – e em atividade - no 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.

5.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (meio 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 do CONTRATANTE.

5.1.7.2 O 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.

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

5.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, o 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 e 0,5% (meio 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.

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

5.1.7.6 As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.5 não se aplicam à compra de tempos e ou espaços publicitários.

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

5.1.8.1 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.

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

5.1.9.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

5.1.10 Apresentar ao 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 deste, 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.

5.1.11 Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao subitem anterior, 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 deste, 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.

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

5.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2 Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11., o CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá realizar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para este:

a) TV e Cinema: uma cópia em Betacam, uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;

b) Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;

c) Rádio: uma cópia em CD, com arquivo áudio e mp3;

d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada.

5.1.12.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em Betacam com a peça de TV.

5.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.12.

5.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo CONTRATANTE.

5.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.12.

5.1.15 Entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.16 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE respeitada 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 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

5.1.19 Prestar esclarecimentos ao 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 exigida 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 pelo 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 o próprio 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 do CONTRATANTE.

5.1.29 Responder perante o 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 o 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 o CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao 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.

5.1.31.2 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.

6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

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

6.1.1 cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

6.1.2 comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;

6.1.3 fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

6.1.4 proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

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

6.1.6 notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2 A juízo do 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.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1 O 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.

7.2 O acompanhamento e a fiscalização da execução do contrato consistem na verificação da conformidade da prestação dos serviços e da alocação dos recursos necessários, de forma a assegurar o perfeito cumprimento deste contrato, devendo ser exercidos por 3 três representantes do CONTRATANTE, especialmente designados.

7.3 Os Fiscais deste contrato deverão monitorar constantemente o nível de qualidade dos serviços para evitar a sua degeneração, devendo intervir para corrigir ou aplicar sanções quando verificar um viés contínuo de desconformidade da prestação do serviço à qualidade exigida, no tocante às suas atribuições.

7.3.1 Atribuições do Gestor e de seu substituto:

a) Coordenar;

b) Comandar o processo de acompanhamento e a fiscalização da execução do contrato, compreendendo as atividades relacionadas à organização e formalidade contratual;

c) Proceder à conferência do cumprimento das cláusulas contratuais;

d) Verificar a validade, vigência e a liberação da garantia contratual;

e) Acompanhar a vigência do contrato;

f) Proceder junto à comissão, negociação das alterações e renovações contratuais;

g) Promover semestralmente, avaliação do desempenho da execução dos serviços da contratada com base nos valores e atributos fixados na legislação em vigor;

h) Promover manifestação formal de ocorrência de incidentes na execução do contrato e sugerir à CGRL aplicação de sanções em forma de advertência ou multa contratual;

i) Informar à área da DILC/COEX, após o prazo de 210 (duzentos e dez) dias de execução do contrato, se haverá renovação contratual ou nova licitação, em conformidade com o desempenho da execução do contrato no período semestral.

7.3.2 Atribuições do fiscal operacional e de seu substituto:

a) Acompanhar e fiscalizar atividades relacionadas às operações, especialmente no que tange a execução das tarefas e a qualidade na prestação dos serviços, de acordo com as especificações previstas em contato;

b) Promover apontamentos no livro de ocorrências contratual;

c) Prestar apoio ao gestor do Contrato nas diversas atividades inerentes ao acompanhamento e à execução do contrato.

7.3.3 Atribuições do fiscal de liquidação e de seu substituto:

a) Proceder à liquidação do contrato, com fundamento nas cláusulas contratuais pactuadas e nos documentos acessórios ao contrato;

b) Controlar o saldo de empenho do contrato bem como a solicitação de reforço quando necessário;

c) Prestar apoio ao Gestor do Contrato nas diversas atividades inerentes ao acompanhamento e à execução do contrato.

7.4 Os fiscais deste contrato deverão promover o registro das ocorrências verificadas, adotando as providências necessárias ao fiel cumprimento das cláusulas contratuais, conforme o disposto nos §§ 1º e 2º do art. 67 da Lei nº 8.666/1993;

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

7.6 A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

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

7.8 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 o CONTRATANTE.

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

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

7.11 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.

7.12 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

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

7.14 O CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

7.14.1 A avaliação semestral será considerada pelo 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.

7.14.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao Gestor do contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

8. CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

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

8.1.1 desconto de ..... (.....por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a titulo de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

8.1.2 honorários de ..... % (.....), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

8.1.3 honorários de .....% (..... por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.1.4 honorários de ..... % (..... por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça 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.

8.1.4.1 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.4 A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n° 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 do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo 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, pelo 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 do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

9. CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do regulamento para execução da Lei nº 4.680, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

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

9.2 A CONTRATADA repassará ao 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 ao CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver em cada veiculação.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1 A CONTRATADA cede ao 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 O 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 do CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou ao 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 pelo 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 pelo 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 pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo __% (_____ 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 pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no _____% (_____ 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 pelo 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 pelo CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

10.5 A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, 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 ao 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 ao CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II. que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, ao 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 ao 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 O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, ao 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.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

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

I. a correspondente Nota Fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO, CNPJ nº 03.132.745/0001-00, 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, quando for o caso;

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 ao Gestor do contrato.

11.1.2 O Gestor do contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará 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. serviços executados pela CONTRATADA:

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1.;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

II. serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança, de que trata o subitem 11.1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança, de que trata o subitem 11.1.;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança, de que trata o subitem 11.1.

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança, de que trata o subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1 As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea ‘a’ do inciso II do subitem 11.2.

11.2.2 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' inciso II 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.

11.2.3 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo Gestor deste contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA ao 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 na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o 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 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante o CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 e 5.1.11 deste contrato, 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;

a) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA pode 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.

b) como alternativa ao conjunto de documentos previstos no inciso I e em sua alínea "a", 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:

a) 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;

b) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição datado e assinado 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;

c) Carro de Som: relatório de veiculação datado e assinado fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório 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 serão estabelecidas formalmente pelo 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, o 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 pelo 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 Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

11.8.1 O 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 O CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

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 do CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.10.1 A CONTRATADA informará ao CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo 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 formatos dos controles serão definidos pelo CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações: data do pagamento do CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

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

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

11.10.1.2.2 Caracterizada a inexecução contratual, O CONTRATANTE, poderá optar pela rescisão do contrato e, 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 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

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

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA GARANTIA

12.1 A CONTRATADA prestará garantia, em favor do CONTRATANTE, no valor de R$ 500.000,00(quinhentos mil reais) correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, 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 20 (vinte) dias úteis, contado da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

12.3 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

12.4 Na hipótese de prorrogação deste contrato, o 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 ao CONTRANTE no prazo máximo de 20 (vinte) 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.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

I. advertência;

II. multa de mora e multa por inexecução contratual;

III. suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com toda Administração Pública por prazo de até 2 (dois) anos;

IV. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicado com base no inciso anterior.

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 serão obrigatoriamente registradas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I. a multa de mora será aplicada pelo Coordenador-Geral de Recursos Logísticos;

II. a advertência e as demais multas serão aplicadas pelo Coordenador-Geral de Recursos Logísticos;

III. caberá ao Coordenador-Geral de Recursos Logísticos aplicar a suspensão temporária e propor a declaração de inidoneidade;

IV. a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Ministro de Estado do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação.

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 do CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

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 0,5 % (meio por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, até o limite de 5 (cinco) dias úteis, calculada sobre o valor da fatura correspondente à obrigação não cumprida.

13.5 A multa por inexecução contratual poderá ser aplicada no percentual de 10 % (dez. por cento), nas seguintes situações:

I. pela inexecução parcial ou execução insatisfatória deste contrato, calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao período da prestação de serviços em que tenha ocorrida a falta;

II. pela inexecução total do contrato, calculada sobre seu valor atualizado;

III. pela interrupção da execução do contrato, sem prévia autorização do CONTRATANTE, calculada sobre o valor atualizado deste contrato.

13.6 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública 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 12 (doze) meses:

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

b) execução insatisfatória do objeto do 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 2 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Ordem de Serviço (OS), depois da solicitação de correção efetuada pelo CONTRATANTE;

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

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

e) apresentação, ao 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 do CONTRATANTE após a assinatura do contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para licitar ou contratar com o 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 do CONTRATANTE após a assinatura do 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 do CONTRATANTE.

13.7 A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo do CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo ao CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1 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. praticar atos ilícitos visando frustrar os objetivos da licitação;

III. demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com o CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;

IV. 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 do CONTRATANTE.

13.7.2 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 o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8 Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com o CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, conforme especificado a seguir:

a) multa de mora: ao Subsecretário de Planejamento, Orçamento e Administração, por intermédio do Coordenador-Geral de Recursos Logísticos;

b) advertência e demais multas: ao Subsecretário de Planejamento, Orçamento e Administração, por intermédio do Coordenador-Geral de Recursos Logísticos;

c) suspensão do direito de licitar ou contratar com o CONTRATANTE: ao Subsecretário de Planejamento, Orçamento e Administração, por intermédio do Coordenador-Geral de Recursos Logísticos;

13.8.2 Ao receber o recurso, a autoridade que aplicou a sanção poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou remetê-lo, devidamente informado, à autoridade superior, que deverá decidir no prazo de outros 5 (cinco) dias úteis.

13.9 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.

13.10 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/93, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados ao CONTRATANTE.

13.11 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

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

14. 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) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

h) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010

i) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3; 11.10; 11.10.1 e 11.10.1.2.

14.2 Também será objeto de rescisão sem prejuízo das sanções cabíveis, com fulcro nos incisos I e II do art. 78 da Lei n° 8.666/93, o descumprimento do parágrafo único do art. 15 e do §2º do art. 18, ambos da Lei n° 12.232/2010.

14.3 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.4 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.

14.5 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.

14.6 A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do 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.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 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 do 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 ao 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 do 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.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

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

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 3 (três) vias.

Brasília (DF),..... de..... de 2012

MCT/CGRL/DILC
Fls: _____
Rub:

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
SUBSECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS
COORDENAÇÃO DE LOGÍSTICA E EXECUÇÃO
DIVISÃO DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E COMPRAS
SERVIÇO DE LICITAÇÕES

CONTRATANTE:

HUMBERTO LUCIANO SCHLOEGL
Coordenador-Geral de Recursos Logísticos

CONTRATADA:

NOME
Representante Legal

TESTEMUNHAS:

NOME:
CI:
CPF:

NOME:
CI:
CPF:

MCT/CGRL/DILC
Fls: _____
Rub:

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
SUBSECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS
COORDENAÇÃO DE LOGÍSTICA E EXECUÇÃO
DIVISÃO DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E COMPRAS
SERVIÇO DE LICITAÇÕES

ANEXO V

MODELO INVÓLUCRO N° 1

Descrição:
Pasta Polionda A2 Preta Bordada e com Alça

Formato:
720mm x 505mm x 35mm

Imagens