



**MINISTÉRIO DO TURISMO  
SECRETARIA-EXECUTIVA  
DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO  
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

EDITAL DE LICITAÇÃO NA MODALIDADE CONCORRÊNCIA Nº 01/2016

PROCESSO Nº 72031.000241/2016-78

TIPO DE LICITAÇÃO: MELHOR TÉCNICA

**OBJETO:** Prestação de serviços especializados em marketing promocional para prestação de serviços de planejamento, conceituação criativa e execução de ação promocional, em nível nacional, a ser realizada pelo Ministério do Turismo, aproveitando a realização do Revezamento da Tocha Olímpica e Jogos Olímpicos e Paralímpicos 2016: planejamento e conceituação criativa, criação de peças promocionais e de divulgação, de produção e de logística de ações promocionais, ações interativas de incentivo, criação de espaços e ambientações, realizadas no Brasil, tudo em conformidade com o Edital e seus anexos.

ITEM	ASSUNTO	ÍNDICE
1 –	DO OBJETO	
2 –	RETIRADA DO EDITAL	
3 –	INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL	
4 –	IMPUGNAÇÃO DO EDITAL	
5 –	CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO	
6 –	CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES	
7 –	ENTREGA E FORMA DE PARTICIPAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	
8 –	ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	
9 –	ENTREGA, APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA	
10 –	ENTREGA, APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS	
11 –	DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO	
12 –	COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO	
13 –	PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS	
14 –	RECURSOS ADMINISTRATIVOS	
15 –	HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO	
16 –	DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS	
17 –	RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS	
18 –	CONDIÇÕES CONTRATUAIS	
19 –	GARANTIA	
20 –	REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO	
21 –	FISCALIZAÇÃO	
22 –	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS	
23 –	DISPOSIÇÕES FINAIS	



**MINISTÉRIO DO TURISMO  
SECRETARIA-EXECUTIVA  
DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO  
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

EDITAL DE CONCORRÊNCIA nº 012016  
PROCESSO Nº 72031.000241/2016-78  
Tipo de Licitação: MELHOR TÉCNICA

Data da realização: **07 de abril de 2016 (Quinta Feira)**  
Horário: **10h00min**

Local: Auditório do Térreo do Bloco “U”, Esplanada dos Ministérios - Brasília-F

A **UNIÃO**, por intermédio do **MINISTÉRIO DO TURISMO**, mediante a Comissão Especial de Licitação designada pela Portaria nº 03 de 28 de janeiro de 2016, publicada no D.O.U. do dia 01 de fevereiro de 2016, torna público para conhecimento dos interessados que na data, horário e local acima indicado, fará realizar licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, do Tipo **MELHOR TÉCNICA**, sob o **regime de empreitada por preço global**, conforme descrito neste Edital e seus Anexos.

O procedimento licitatório obedecerá, integralmente, à Lei nº 8.666/93, de 21 de junho de 1993, com suas alterações posteriores, à Lei Complementar nº 101, de 04 de maio de 2000, os Decretos nº 93.872, de 23/12/86, nº 6555 de 08 de outubro de 2008, publicado no D.O.U. de 15 de outubro de 2008, nº 2.272, de 07/7/97, nº 3.722, de 09/01/01, a Instrução Normativa MARE nº 02, de 02/11/20105, demais normas que regem a espécie, e as disposições deste Edital e seus Anexos.

No dia, hora e local acima aprezado se fará o recebimento dos envelopes relativos à Documentação de Habilitação e Propostas Técnicas e de Preços das Licitantes, vedada a entrega dos envelopes por via postal.

## **1 - DO OBJETO**

Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços especializados em marketing promocional para prestação de serviços de planejamento, conceituação criativa e execução de

ação promocional, em nível nacional, a ser realizada pelo Ministério do Turismo, aproveitando a realização do Revezamento da Tocha Olímpica e Jogos Olímpicos e Paralímpicos 2016: planejamento e conceituação criativa, criação de peças promocionais e de divulgação, de produção e de logística de ações promocionais, ações interativas de incentivo, criação de espaços e ambientações, realizadas no Brasil, tudo em conformidade com o Edital da Concorrência nº 01/2016 e seus anexos.

1.1. 1.2 Os serviços constantes deste Edital serão executados sempre sob a supervisão, coordenação e orientação da Assessoria de Comunicação do **MINISTÉRIO DO TURISMO**.

## **2. RETIRADA DO EDITAL**

2.1. O presente edital e seus anexos poderão ser obtidos no site [comprasnet.gov.br](http://comprasnet.gov.br) e [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)

## **3. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL**

3.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 05(cinco) dias antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- por carta ou ofício: protocolizado no MTur na Esplanada dos Ministérios, Bloco “U” Térreo – Brasília DF, de segunda a sexta-feira, das 09h00min às 12h00min e das 14h00min às 17h30min.
- pelo e-mail [cpl@turismo.gov.br](mailto:cpl@turismo.gov.br)

3.1.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos pela Comissão Especial de Licitação, por meio de adendo esclarecedor, se possível pelas mesmas vias recebidas.

3.1.1.1 A Comissão Especial de Licitação dará conhecimento das perguntas e respostas às demais licitantes que retiraram este Edital, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante, mediante divulgação no sítio do MTur na Internet, no endereço: <http://www.turismo.gov.br>.

3.1.2. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente os referidos endereços para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

3.1.3. Qualquer solicitação de esclarecimentos fora do prazo estipulado no subitem 4.1, a Comissão Especial de Licitação não se responsabilizará em respondê-las.

## **4. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

4.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 5 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, na Sede do MTur, de segunda a sexta-feira, das 09h às 12h ou das 14h às 17h 30min, na sala da Comissão Permanente de Licitação, na

Esplanada dos Ministérios, Bloco “U”, sala 232, em Brasília/DF, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

4.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 5 (cincos) 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.

4.2.1. 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.

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

## **5. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

5.1. Poderão participar da presente licitação as empresas:

- a) Que atenderem às exigências deste Edital e seus Anexos; e
- b) Que tenham objeto social compatível com o objeto deste Edital.

5.2. Não poderão participar desta licitação:

- a) Empresas que estiverem cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o MTur;
- b) Empresas estrangeiras que não funcionem no País;
- c) Empresas cujos diretores, responsáveis legais ou técnicos, membros de conselho técnico, consultivo, deliberativo ou administrativo, ou sócios, que pertençam, ainda que parcialmente, à empresa do mesmo grupo que esteja participando desta licitação;
- d) Empresa que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;
- e) Empresas em processo de falência, em recuperação judicial, concurso de credores, dissolução, liquidação, consórcios de empresas e que sejam controladas, coligadas ou subsidiárias entre si;
- f) Empresas que estejam registradas no Cadastro de Empresas Inidôneas ou Suspensas (CEIS), mantido pela Controladoria Geral da União (CGU) e acessível por meio do endereço eletrônico: [www.portaltransparencia.gov.br](http://www.portaltransparencia.gov.br); e
- g) Empresa que estiver reunida em consórcio.

5.3. As empresas que se enquadrarem em quaisquer das situações especificadas no item 5.2 não serão credenciadas na licitação e terão seus envelopes contendo propostas e documentos de habilitação restituídos pelo Presidente da Comissão Especial de Licitação.

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

5.5. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu 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.

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

## **6. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

6.1. 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 envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

6.1.1. 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, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia 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.

6.1.2. 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 V. 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.

6.2. A empresa sem representante credenciado terá sua proposta cadastrada, mas não poderá apresentar recurso acerca dos atos praticados pela Comissão Especial de Licitação.

6.3. Os documentos de credenciamento do representante da licitante serão entregues juntamente com 3 (três) envelopes lacrados: ENVELOPE A contendo a documentação de habilitação, ENVELOPE B contendo a proposta técnica e o ENVELOPE C contendo a proposta de preços.

6.4. Apenas uma pessoa poderá representar cada licitante, não sendo admitido, de igual forma, que mais de uma empresa indique um mesmo representante.

## **7. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

7.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação para julgamento e análise da mesma.

7.1.1. Os Documentos deverão estar acondicionados no **Envelope A**, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

- Ministério do Turismo
- ENVELOPE A
- Documentos de Habilitação
- Nome empresarial e CNPJ da licitante
- Concorrência nº 01/2016

7.1.2. O **Envelope A** 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.

7.1.3. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas a partir da primeira página interna e rubricadas por representante legal da licitante, 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

7.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 7.2.1 a 7.5.2.

#### 7.2.1. **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;
- d) 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;
- e) Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

#### 7.2.2. **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, que abrange a situação relativa à Seguridade Social nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02.10.2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria –Geral da Fazenda Nacional.

- d) Certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- f) 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, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943.

7.2.2.1. 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.

#### 7.2.3. **Qualificação Técnica:**

- a) Atestado(s) de Capacidade Técnica, expedido(s) em nome da proponente, fornecido(s) por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que comprove(m) ter a empresa licitante executado ações de marketing promocional e eventos em características com o objeto desta licitação.
- a) a.1) Será considerado a título de compatibilidade em relação a quantidades, o número mínimo de 50% (cinquenta por cento) do quantitativo total do objeto da licitação;
- a.2) Os atestados/certidões/declarações, contendo a identificação do signatário (cargo, nome e telefone para contato), devem ser apresentados em papel timbrado da pessoa jurídica e devem indicar as características, quantidades e prazos da prestação do serviço efetuado pelo licitante.
  - b) Será aceito o somatório de atestados para comprovar o cumprimento das exigências previstas no item acima;
  - c) Os responsáveis pela licitação poderão proceder às diligências ou consultas que se fizerem necessários.

#### 7.2.4. **Qualificação Econômico-financeira:**

- a) Certidão Negativa de falência, concordata ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede da Licitante;
- b) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.
- c) Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem

d) a boa situação da empresa, é vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

e) A licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência;

f) Entenda-se por “na forma da lei”:

- 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);

- 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);

- 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.

7.2.4.1. 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.

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

a) Do balanço referido na alínea “c” do subitem 7.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

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

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

## Passivo Circulante

b) Das demonstrações contábeis referidas na alínea “d” do subitem 7.2.4, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

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

7.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” do subitem 7.2.4.1 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.

**7.2.4.4.** 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 7.2.4.1, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no **Envelope A** comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais).

7.2.5. A licitante também deverá incluir no **Envelope A** declarações firmadas conforme os modelos a seguir:

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

Concorrência nº 01/2016 – MTur

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

(se for o caso acrescentar texto a seguir)

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

Local e data

---

b) Declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 2, de 30.04.2008.

### Declaração de Elaboração Independente de Proposta

Concorrência nº 01/2016

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante) doravante denominada licitante, para fins do disposto no item (completar) do Edital da Concorrência nº 01/2016 declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) A proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela licitante, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) A intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do/a (órgão/entidade responsável pela licitação) 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.

\_\_\_\_\_, em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

(representante legal da licitante, no âmbito da licitação, com identificação completa)

7.3. 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 7.2.1 e nas alíneas “a” e “b” do subitem 7.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao Mtur a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

7.4. Se a licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

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

- a) Declaração (ões), expedida (s) por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;
- b) Declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas “a” e “b” do subitem 7.2.5;
- c) Comprovação de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta on-line a que se refere o subitem 10 – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um).

7.5.1. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Envelope A, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da Declaração impressa do SICAF.

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

## **8. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

8.1. A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 8.1.1.

8.1.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, o MTur reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços 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.

8.2. A habilitação das licitantes cadastradas no SICAF fica condicionada à verificação dos seus respectivos registros e da validade dos documentos cadastrais, por meio de consulta on-line ao SICAF, que será impressa sob forma de ‘Declaração de Situação’ e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02/2008

## **9. ENTREGA, APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

9.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no **ENVELOPE B**, atendendo às condições estabelecidas no item 12 do Projeto Básico - Anexo I, bem como no Briefing constante no Anexo I-A deste Edital.

9.2. O Envelope B deverá estar lacrado, com a seguinte identificação:

Ministério do Turismo  
Envelope B  
Proposta Técnica

Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência nº 01/2016

9.3. O Envelope B 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. ENTREGA, APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

10.1. As propostas de preços deverão ser entregues no **ENVELOPE C** (conforme orientações constantes no item 13 do Anexo I – Projeto Básico e o modelo constante no Anexo III deste Edital).

10.2. O Envelope C deverá estar lacrado, com a seguinte identificação:

Ministério do Turismo  
Envelope C  
Proposta de Preços  
Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência nº 01/2016

10.3. A Proposta de Preços da licitante deverá:

- a) Ser apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) Ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- c) Ser elaborada em via única, conforme modelo constante no Anexo III deste Edital;
- d) Informar o prazo de validade da proposta, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias corridos, contados a partir do dia subsequente ao da data de entrega das propostas;
- e) Constar a cotação dos percentuais, expressos em algarismos, com no máximo duas casas decimais, já incluídas todas as despesas diretas e indiretas relativas à execução do objeto, considerando a tabela composta pelos seguintes quesitos:

**Quesito A** - Honorário – Percentual fixo a ser pago sobre os preços dos serviços executados por fornecedores da CONTRATADA, conforme realização de campanhas promocionais, evento/ação, exceto alimentação, passagem, hospedagem, pacotes de viagens, ingressos;

**Quesito B** - Percentual do desconto ofertado sobre o total do Anexo II - Planilha Geral de Preços Máximos, correspondente ao valor máximo por demanda, no caso dos serviços de projetos de planejamento, criação e desenvolvimento pela CONTRATADA para campanhas promocionais, formatação do evento/ação e criação de leiaute.

- f) O percentual ofertado para os honorários relativos ao Quesito A não pode ser superior a **13% (treze por cento)**;
- g) O percentual ofertado relativo ao Quesito B será aplicado linearmente sobre cada um dos itens/linhas criativas que compõem a respectiva Planilha.

10.4. No caso de o prazo de validade da proposta ser omitido pela licitante, o Presidente da Comissão Especial de Licitação entenderá como sendo igual ao solicitado no edital e seus anexos, qual seja, 60 (sessenta) dias corridos, contados a partir do dia subsequente ao da data de entrega das propostas.

10.5. A apresentação da proposta implicará plena aceitação, por parte da licitante, das condições estabelecidas neste Edital e seus Anexos.

10.6. Para a estipulação dos preços a licitante deverá observar o disposto no Anexo III – Modelo de Proposta de Preços e do item 13 do Projeto Básico.

10.7. Serão desclassificadas as propostas que:

- a) Apresentarem erro, falha, ou divergência que impossibilite ou torne ambíguo o conhecimento de seus elementos essenciais;
- b) Apresentarem preços exorbitantes ou manifestamente inexequíveis, assim considerados aqueles que não venham a ter demonstrada sua viabilidade por meio de documentação que comprove que os custos são coerentes com os de mercado;
- c) Apresentarem preço acima do limite estabelecido na alínea “f” do item 10.3 supra, bem como item 13.1.2.1.1 do Anexo I – Projeto Básico deste Edital;
- d) Não atendam às exigências deste Edital.

10.8. Não serão admitidas proposições que sugiram cancelamentos, retificações de preços, acréscimos ou alterações nas condições estipuladas neste edital.

10.9. Somente serão abertos os Envelopes “C” “Proposta de Preços” das licitantes cujas propostas técnicas tenham sido classificadas.

10.10. Os preços propostos serão 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.

## **11. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO**

11.1. O critério de julgamento desta licitação é o de Melhor Técnica, e levará em consideração o estabelecido neste item e nas condições e exigências dispostas nos Anexos I, I-A e II deste Edital.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas por membros da Comissão Especial de Licitação integrantes do Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização, quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Projeto Básico e Anexo I-A deste Edital.

11.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de cem pontos, que será composta conforme item 12.5 do Projeto Básico (Anexo I).

11.4. O detalhamento dos atributos que serão levados em consideração pela comissão, responsável pela avaliação das Propostas Técnicas, são os constantes nos itens 12.6 a 12.13 do Projeto Básico – Anexo I deste Edital.

11.5. Os responsáveis pela licitação poderão a qualquer momento suspender a reunião para analisar as propostas e proceder às diligências ou consultas, se necessário.

11.6. Por ato interno da comissão será elaborado relatório circunstanciado contendo os fundamentos das pontuações obtidas pelas licitantes que tiveram suas propostas analisadas.

11.7. O resultado da avaliação das propostas técnicas será consignado em ata de sessão pública, na qual a Comissão Especial de Licitação, apoiada em relatório circunstanciado, indicará a pontuação atribuída e a ordem de classificação das propostas.

11.8. A Nota Total da Pontuação Técnica corresponderá à soma total da pontuação dos quesitos descritos no item 12 – **DA PROPOSTA TÉCNICA E DE SEU JULGAMENTO** - subitens 12.1 a 12.13 do **PROJETO BÁSICO**, Anexo I deste Edital, conforme a fórmula abaixo:

$$NT = Np^1 + Np^2 + Np^3 + Np^4$$

Onde:

NT = Nota Total da Pontuação Técnica;

$Np^1$  = Número de Pontos obtidos no quesito Plano de Ação Promocional;

$Np^2$  = Número de Pontos obtidos no quesito Capacidade de Atendimento;

$Np^3$  = Número de Pontos obtidos no quesito Portfólio;

$Np^4$  = Número de Pontos obtidos no quesito Relato de Soluções de Problemas.

11.8.1. A Nota Total da Pontuação Técnica da proposta será considerada até a 2ª (segunda) casa decimal, desprezando-se a fração remanescente.

11.9. Será classificada em primeiro lugar, no julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

11.10. Será desclassificada a Proposta que:

- 1) não atender às exigências deste Edital e seus anexos;
- 2) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos, demonstrando inabilidade para prestar os serviços necessários;
- 3) obtiver pontuação zero em quaisquer dos subquesitos dos itens 12.3.1.1, 12.3.1.2 e 12.3.1.3, do Projeto Básico - Anexo I.

11.10.1. Se houver empate, será considerada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.3.1, 12.3.2, 12.3.3 e 12.3.4 do Projeto Básico – Anexo I deste Edital.

11.11. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

11.12. Somente serão abertos os Envelopes “C” “Proposta de Preços” das licitantes cujas propostas técnicas tenham sido classificadas.

11.13. A Comissão verificará a correção do preenchimento, pela licitante, das informações e das notas obtidas pela aplicação da fórmula explicitada na Planilha de Preços apresentada na sua Proposta de Preços, conforme o modelo do Anexo III.

11.14. A atribuição de nota à Proposta de Preços, baseada no somatório das notas finais dos quesitos “A” e “B” de que trata o item 13.1 do Projeto Básico – Anexo I deste Edital, visa à aferição do menor preço ofertado.

11.14.1. O licitante que apresentar, na Proposta de Preços, a maior nota total será considerada como a de menor preço.

11.15. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

- 1) Não atender às exigências do Edital e de seus Anexos;
- 2) Apresentar preço baseado em outras propostas, inclusive com o oferecimento de redução sobre a de menor valor;
- 3) Oferecer propostas alternativas;
- 4) Apresentar proposta com valor superior ao limite estabelecido ou com preços manifestamente inexequíveis, assim considerados aqueles que não venham a ter demonstrada sua viabilidade por meio de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução do objeto a ser contratado.

11.15.1. São considerados excessivos os preços cotados que ultrapassem os valores máximos estabelecidos neste Edital e seus Anexos.

11.16. Se a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica não tiver apresentado a Proposta de menor preço, a CEL abrirá com ela a negociação das condições de preços, tomando-se por base o menor preço apresentado entre todas as licitantes classificadas.

11.16.1. Caso a licitante se recuse a praticar o menor preço entre as propostas apresentadas, deverá apresentar justificativa comprovando a impossibilidade de redução dos preços, a qual estará sujeita à aceitação do Ministério do Turismo.

11.16.2. Caso o Ministério do Turismo não aceite a justificativa apresentada pela licitante, procedimento idêntico será adotado sucessivamente com as demais licitantes, pela ordem de classificação na Proposta Técnica, até a consecução de acordo para contratação.

11.17. Será considerada vencedora da licitação 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, ou que tiver apresentado

justificativa aceita pelo Ministério do Turismo, comprovando a impossibilidade de redução do preço.

## **12. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

12.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008.

12.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por técnicos atuantes na área de marketing designados pela Portaria nº 03 de 28 de janeiro de 2016, publicada no Diário Oficial da União de 01 de fevereiro de 2016.

## **13. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

13.1. No dia, hora e local designados no Edital, será realizada a sessão pública para recebimento da documentação de habilitação, das propostas técnica e de preços, devendo o interessado ou seu representante legal proceder ao respectivo credenciamento, antes do início da sessão, conforme item 8 deste Edital.

13.2. Até as 10hs00 do dia 07 de abril de 2016, os interessados ou seus representantes legais entregarão à Comissão Especial de Licitação 3 (três) envelopes distintos, opacos e fechados, com a indicação do conteúdo, conforme itens 7.1.2, 9.2 e 10.2, deste Edital.

13.3. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 6.1 deste Edital.

13.3.1. 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 na sessão pública.

13.3.2. A Comissão Especial de Licitação, conforme o caso, poderá, no interesse do MTur, 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.

13.3.3. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital e seus anexos.

13.3.4. 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.

13.3.5. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

13.3.6. A Comissão Especial de Licitação poderá suspender a sessão pública, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

13.3.7. Se os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos por quaisquer motivos, 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 MTur providenciará sua destruição.

13.4. Declarada aberta a sessão pelo Presidente da Especial de Licitação não mais serão admitidos novos proponentes, tolerando-se, contudo, atraso máximo de 5 (cinco) minutos.

13.5. Aberta a sessão pública, a Comissão Especial de Licitação e os representantes das licitantes presentes procederão à aposição de rubrica em todos os fechos dos envelopes apresentados, contendo os documentos de habilitação, as propostas técnicas e as propostas de preços.

13.6. Primeiramente, será realizada a abertura do ENVELOPE A com os documentos de habilitação das licitantes e, após a Comissão Especial de Licitação proceder à análise e à apreciação da documentação de acordo com as exigências estabelecidas no ato convocatório, proceder-se-á à habilitação e/ou à inabilitação das licitantes.

13.7. Caso todas as empresas sejam consideradas inabilitadas, poderá ser fixado o prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de novos documentos de habilitação, escoimados dos motivos que a levaram à inabilitação.

13.8. Os envelopes contendo as propostas técnicas e propostas comerciais das licitantes inabilitadas serão restituídos às respectivas licitantes.

13.9. Em seguida, será realizada a abertura do ENVELOPE B contendo as propostas técnicas das licitantes habilitadas, para fins de análise por parte da comissão, visando à atribuição da pontuação técnica, nos moldes estabelecidos no item 12 do Projeto Básico – Anexo I do Edital.

13.10. O Presidente da Comissão Especial de Licitação poderá suspender a sessão para análise das propostas e para proceder a diligências ou consultas, se necessário.

13.11. Após análise e atribuição da pontuação, será realizada a classificação das propostas técnicas.

13.11.1. O resultado da avaliação das propostas técnicas será consignado em ata de Sessão Pública, na qual a Comissão Especial de Licitação, apoiada em relatório circunstanciado, indicará a pontuação atribuída e a ordem de classificação das propostas.

13.12. Quando todas as propostas técnicas forem desclassificadas, poderá ser fixado o prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de novas propostas com eliminação das causas apontadas no ato de desclassificação.

13.13. Concluída a fase de classificação das propostas técnicas, será realizada a abertura, em sessão pública, do ENVELOPE C com as propostas de preços somente das licitantes habilitadas e classificadas na Proposta Técnica.

13.14. Será procedida a análise das propostas de preços de acordo com as exigências estabelecidas no ato convocatório, sendo conferida ao Presidente da CEL a faculdade estabelecida no item 13.10 acima, se necessário.

13.15. Se a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica não tiver apresentado a Proposta de Preços de menor preço, a CEL abrirá com ela a negociação das

condições de preços, tomando-se por base o menor preço apresentado entre todas as licitantes habilitadas e classificadas na Proposta Técnica.

13.15.1. Caso a licitante se recuse a praticar o menor preço entre as propostas apresentadas, deverá apresentar justificativa comprovando a impossibilidade de redução dos preços, a qual estará sujeita à aceitação do Ministério do Turismo.

13.15.2. Caso o Ministério do Turismo não aceite a justificativa apresentada pela licitante, procedimento idêntico será adotado sucessivamente com as demais licitantes, pela ordem de classificação na Proposta Técnica, até a consecução de acordo para contratação.

13.16. Será considerada vencedora da licitação 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, ou que tiver apresentado justificativa aceita pelo Ministério do Turismo, comprovando a impossibilidade de redução do preço.

13.17. Caso todas as propostas de preços forem desclassificadas, poderá ser fixado o prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de novas propostas com eliminação das causas apontadas no ato de desclassificação.

13.17.1. Se ocorrer a desclassificação total, as propostas corrigidas poderão ser apresentadas inclusive com novos preços.

13.18. Serão realizadas a avaliação e a valoração das propostas técnicas e de preços, de acordo com os dados e valores obtidos, mediante fórmulas estabelecidas no item 11 deste Edital.

13.19. Os responsáveis pela licitação poderão a qualquer momento suspender a reunião para analisar as propostas e proceder às diligências ou consultas, se necessário.

13.20. Os envelopes contendo as propostas de preços das licitantes desclassificadas na análise da proposta técnica serão retidos pela Comissão Especial de Licitação, ficando estes disponíveis na sala da Comissão Permanente de Licitação, na Esplanada dos Ministérios, Bloco “U”, sala 232, em Brasília/DF, e somente poderão ser retirados após 2 (dois) dias úteis, a contar da assinatura do Contrato. Após 60 (sessenta) dias da assinatura do Contrato, caso não retirados, a Comissão Especial de Licitação procederá à sua destruição.

13.21. O fechamento e assinatura da ata da sessão pública serão realizados pela Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes.

13.22. Ao final da sessão será permitido o acesso aos documentos de habilitação e das propostas às demais licitantes para conhecimento e impugnação, se desejarem.

13.23. No caso de a sessão pública, em situação excepcional, vir a ser suspensa antes de cumpridas todas as suas fases, os envelopes, devidamente rubricados no fecho, ficarão sob a guarda da Comissão Especial de Licitação e serão exibidos, ainda lacrados e com as rubricas das licitantes, na sessão marcada para o prosseguimento dos trabalhos.

## **14. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

14.1. Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, no endereço mencionado no subitem 2.1.

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

14.3. 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) à autoridade competente, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

14.4. 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.

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

14.6. 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 MTur – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

14.7. Se após julgados eventuais recursos interpostos houver alteração na classificação das propostas técnicas, proceder-se-á à designação de nova sessão pública para, se for o caso, eventual abertura de envelope de Proposta de Preços de licitante que tenha sido desclassificado na Proposta Técnica, ou para adotar o procedimento previsto no item 13.14 e subitens 13.15.1 e 13.15.2 deste Edital, com as licitantes remanescentes, na ordem de classificação da Proposta Técnica, para que a classificada que preencha as condições dispostas no item 13.16 seja declarado vencedor.

## **15. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

15.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a autoridade competente homologará o resultado desta concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 15.2 deste Edital.

15.2. 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.

## **16. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

16.1. 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) Na sessão de abertura de envelopes;
- b) No Diário Oficial da União;
- c) Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **17. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

17.1. A despesa com o contrato resultante desta concorrência está estimada em R\$ 10.000.000,00(dez milhões de reais).

17.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2016 está consignado no Orçamento do MTur na classificação contábil Programa de trabalho 23.695.2076.4038.0001 ; PTRES: 48357; Natureza de Despesa: 33.90.39; Fonte 0100

17.3. O Ministério do Turismo se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

## **18. CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

18.1. A licitante vencedora terá o prazo de até 5 (cinco) dias, contado a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV, e no ato de assinatura do contrato deve apresentar a garantia prevista no subitem 19.1 deste Edital.

18.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no subitem 18.1, para assinar o contrato e/ou não apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, o MTur 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 vencedora, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

18.2. Antes da celebração do contrato, o MTur realizará 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.

18.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá vigência do dia de sua assinatura até o dia 31 de setembro de 2016, mês que marcará o fim dos Jogos Olímpicos de 2016.

18.4. O MTur poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/1993 e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

18.5. A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do MTur, a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao

valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

18.6. À contratada poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993 e no contrato a ser firmado entre as partes, na hipótese de ocorrência das infrações neles previstas.

18.7. 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.

18.8. 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.

18.9. A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos ao MTur sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

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

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

18.12. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência.

18.13. A contratada centralizará o comando da promoção do MTur em Brasília/DF, onde, para esse fim, manterá filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos alíneas “ b” e de “g” a “w” da Cláusula Quinta da minuta de contrato (Anexo IV). A seu juízo, cada contratada poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

18.13.1. No prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a contratada deverá comprovar que possui, em Brasília/DF, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao MTur.

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

## **19. GARANTIA**

19.1. Será exigida, para a assinatura do contrato, prestação de garantia em favor do MTur, o percentual de 2 % (dois por cento) do valor total de R\$10.000.000,00 (dez milhões de reais), correspondente a R\$200.000,00 (duzentos mil reais), 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.

19.2. 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 93.872/86, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

19.3. Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) Seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- b) A apólice deverá indicar o MTur como beneficiário;
- c) Não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses do MTur.

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

- a) Prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- b) Expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao MTur, 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) Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.

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

- a) Ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser reconhecido pelo Governo Federal, constando entre aqueles previstos na legislação específica;
- b) 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 MTur recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos.

## **20. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO**

20.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos da Cláusula Oitava da minuta de contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 13.15 deste Edital.

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

## **21. FISCALIZAÇÃO**

21.1 O MTur verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo não aceitar determinado serviço, no todo ou em parte, quando não corresponder ao desejado ou especificado. A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do MTur

21.2 O responsável pelo acompanhamento e fiscalização da execução dos serviços contratados será um representante devidamente designado do Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização do MTur.

21.3 A fiscalização pelo MTur em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da Empresa contratada pela perfeita execução dos serviços.

21.4 A aprovação dos serviços executados pela Empresa contratada ou por seus subcontratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

21.5 A Empresa contratada adotará as providências necessárias para que qualquer serviço considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, às suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

21.6 A ausência de comunicação por parte do Mtur, referente a irregularidade ou falhas, não exime a Empresa contratada das responsabilidades determinadas no contrato.

21.7 A fiscalização de que trata este item não excluirá e nem reduzirá a responsabilidade da Empresa contratada por danos causados ao MTur ou a terceiros, decorrentes de ato ilícito na execução do Contrato, ou por qualquer irregularidade e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade do MTur.

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

21.9 A Empresa contratada somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal, por meio de Ordem de Serviço, do MTur, observadas as condições específicas previstas no Projeto Básico, Edital ou neste Contrato.

21.10 Ao MTur é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste Contrato, por meio do Gestor titular, seu substituto ou qualquer outro especialmente designado, juntamente com um representante credenciado pela Empresa contratada.

## **22. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

22.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo MTur, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as

sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Segunda da minuta de contrato (Anexo IV).

22.2. Se a licitante vencedora se recusar a assinar o contrato ou a constituir a garantia contratual, o MTur lhe aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

22.3. O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 18.1.1.

## **23. DISPOSIÇÕES FINAIS**

23.1. É facultada à Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior, 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.

23.2. A Comissão Especial de Licitação 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.

23.3. Até a assinatura do contrato, qualquer das licitantes vencedoras poderá ser desclassificada ou inabilitada se o MTur tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

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

23.5. 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 MTur.

23.6. 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.

23.7. A Comissão Especial de Licitação poderá, no interesse do MTur, relevar omissões puramente formais nos Documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

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

23.9. 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.

23.10. 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.

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

23.12. 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.

23.13. Antes da data marcada para a abertura dos envelopes 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 a formulação das Propostas.

23.14. Correrão por conta do MTur as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, 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.

23.15. 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.

23.16. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Projeto Básico
- b) Anexo I-A: Briefing;
- c) Anexo II: Planilha Geral de Preços Máximos;
- d) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços
- e) Anexo IV: Minuta de Contrato
- f) Anexo V: Modelo de Procuração Termo de Recebimento do Edital de Concorrência nº XX/2016
- g) Anexo VI: Termo de Recebimento do Edital de Concorrência nº 01/2016

Brasília, de de 2016

Márcio Ferreira do Nascimento  
Presidente Comissão Especial de Licitação

## ANEXO I

### PROJETO BÁSICO

#### ÁREA INTERESSADA

Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização

#### ÁREA RESPONSÁVEL

### 1. OBJETO

1.1 Contratação de agência especializada em marketing promocional para prestação de serviços de planejamento, conceituação criativa e execução de ação promocional, em nível nacional, a ser realizada pelo Ministério do Turismo, aproveitando a realização do Revezamento da Tocha Olímpica e Jogos Olímpicos e Paralímpicos 2016.

1.2 Entenda-se por marketing promocional a ação promocional aplicada a produtos, serviços ou marcas, visando alcançar os objetivos estratégicos do Ministério do Turismo de construção de marca, divulgação de produtos e imagem, por meio da interação junto ao público-alvo.

1.2.1 Devido ao percurso da Tocha Olímpica se dar em mais de 300 cidades, distribuídas por todas as regiões brasileiras, a ação promocional será constituída de subações promocionais em diversas localidades brasileiras, durante o período de realização do Revezamento.

1.2.2 Os serviços prestados envolvem ainda a criação de peças promocionais e de divulgação, de produção e de logística de ações promocionais e eventos de todas as naturezas, para o público externo e interno, a serem realizados pelo Ministério do Turismo, em nível nacional.

### 1.3 DETALHAMENTO DO OBJETO

Os serviços de que trata o objeto deste Projeto Básico abrangem os itens abaixo vinculados às ações de marketing promocional:

1) Criação e desenvolvimento de soluções criativas para interação durante eventos do Ministério do Turismo, que possibilitem maior alcance e sensibilização do público-alvo.

2) Ambientação e cenografia dos espaços do Ministério do Turismo estruturados a partir da estratégia de comunicação elaborada para os projetos e ações do Ministério do Turismo e Governo Federal;

3) Fornecimento de produtos, equipamentos e serviços necessários para a execução do objeto;

- 4) Ações de promoção e *merchandising* em geral;
- 5) Criação, desenvolvimento e montagem de programação visual para eventos do Ministério do Turismo e de parceiros institucionais;
- 6) Criação de brindes em geral;
- 7) Criação e/ou confecção de peças para os eventos e ações promocionais;
- 8) Recursos humanos e tecnológicos especializados para a execução plena do objeto de contrato;
- 9) Ações de promoção em ambientes *online* e *hotsites* do Ministério do Turismo;
- 10) Desenvolvimento de produtos e serviços;
- 11) Ações de sensibilização para atividades e projetos do Ministério do Turismo.

1.4 No total, estima-se a realização de 50 (cinquenta) eventos/ações dentro do período de vigência da contratação, objeto desta licitação.

1.4.1 Os eventos promocionais e institucionais e as ações de marketing promocional, relacionamento e marketing de incentivo são caracterizados como pequeno, médio e grande porte, de acordo com o seu custo global, conforme se segue:

**Pequeno porte:** até R\$50.000,00 (cinquenta mil reais).

**Médio porte:** de R\$50.000,01 (cinquenta mil reais e um centavo) até R\$200.000,00 (quinhentos mil reais).

**Grande porte:** de R\$200.000,01 (duzentos mil reais e um centavo) até R\$500.000,00 (quinhentos mil reais).

**Especiais:** acima de R\$500.000,00 (quinhentos mil reais)

## 2. JUSTIFICATIVA E OBJETIVO

É papel do Ministério do Turismo possibilitar que o brasileiro compreenda que o turismo, o lazer e a cultura podem fazer parte de sua cesta de consumo. O turismo é uma ferramenta de inclusão social, não somente do ponto de vista da geração de emprego e renda no setor como também da viabilização do conhecimento do Brasil pelos brasileiros. O Plano Nacional do Turismo 2013-2016 instrui que “a promoção do turismo brasileiro deve ter como foco a consolidação da imagem do país, priorizando experiências positivas de conhecimento, integração e valorização das riquezas naturais brasileiras para a difusão de um turismo qualificado, diversificado e sustentável. ” Estipulou-se ainda que as ações realizadas pelo Ministério do Turismo devem ser feitas de maneira a objetivar o fomento do mercado interno; o aumento das viagens domésticas; a promoção das regiões brasileiras, por meio da diversidade

cultural e natural; e o fortalecimento do segmento de negócios e eventos ligados direta e indiretamente à cadeia produtiva do turismo.

Sendo assim, considerando que o Brasil tem apresentado um aumento na quantidade de turistas e viagens nos últimos anos e que após a Copa do Mundo de 2014 foi registrado o maior número de turismo interno já visto, temos a expectativa de que o quantitativo de viagens e turismo no país também seja impulsionado pela realização dos Jogos Olímpicos de 2016 e, conseqüentemente, ocorra um crescimento da economia nos anos seguintes. É fundamental que o Governo Federal faça ações de promoção na oportunidade de realização dos Jogos Olímpicos, pois novamente o Brasil será foco da mídia nacional e internacional, sendo uma segunda grande oportunidade de promover o turismo tanto para os brasileiros quanto para os estrangeiros.

Na oportunidade da realização dos Jogos Olímpicos, neste ano, no Rio de Janeiro e também nas Cidades do Futebol (São Paulo, Manaus, Salvador, Belo Horizonte e Brasília), haverá o Revezamento da Tocha Olímpica Rio 2016, cujo objetivo é envolver todo o país no clima dos Jogos, multiplicar os valores olímpicos e inspirar mudanças positivas.

A chama Olímpica será acesa no dia 21 de abril de 2016, em uma cerimônia cheia de tradição realizada na cidade de Olímpia, na Grécia, berço dos Jogos da Antiguidade. Após um período na Europa, a chama viajará até o Brasil, onde começará, no dia 3 de maio, a trilhar o seu caminho rumo ao Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro, palco da cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016.

A jornada da tocha no país-sede dos primeiros Jogos Olímpicos da América do Sul passará por mais de 300 cidades das cinco regiões do país, envolvendo mais de 12 mil condutores. Ao todo, serão percorridos 20.000 quilômetros por estradas e ruas brasileiras e mais 10.000 milhas aéreas, sendo uma grande excursão pelas belas paisagens e diversidade brasileiras.

O Ministério do Turismo enxerga nesta passagem da Tocha Olímpica uma nova oportunidade para realização de ações que possam promover o turismo interno e gerar na população o sentimento de pertencimento, agregando valor aos destinos turísticos brasileiros, impulsionando o número de viagens domésticas e inserindo definitivamente o turismo na cesta de consumo dos brasileiros.

Assim, a realização de ações promocionais, incluindo eventos promocionais e/ou institucionais, são fundamentais para garantir a comunicação entre o Ministério do Turismo e o público-final. Visando maior efetividade das ações de marketing promocional, é importante que as ações

elaboradas pela agência de promoção sejam diferentes, inusitadas, surpreendentes e charmosas, para despertar o desejo de viagem e incrementar as viagens dos mais diversos grupos de viajantes.

Nesse sentido, a empresa contratada terá papel fundamental na execução dessa tarefa, contribuindo nas atividades inerentes à comunicação e à divulgação dos objetivos do Ministério do Turismo, por meio de ações que estimulem os sentidos e proporcionem experiências únicas, as quais remetam às experiências turísticas vivenciadas pelo viajante e à sua interação com os destinos e produtos turísticos brasileiros.

Cabe ressaltar que o serviço a ser prestado pela empresa contratada complementarará as ações de divulgação do Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização do Ministério do Turismo.

### **3. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

3.1 São obrigações do Ministério do Turismo:

3.1.1 Fiscalizar a execução dos serviços contratados e verificar o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

3.1.2 Prestar informações e esclarecimentos sobre o Contrato que venham a ser solicitados pela empresa CONTRATADA;

3.1.3 Atestar as notas fiscais/faturas desde que tenham sido entregues como determina o Contrato, verificar os relatórios apresentados, encaminhar as notas fiscais e/ou faturas, devidamente atestadas, para pagamento no prazo determinado em Contrato.

3.1.4 Efetuar os pagamentos, no prazo e nas condições indicadas no Contrato, dos produtos e serviços que estiverem de acordo com as especificações, comunicando à CONTRATADA quaisquer irregularidades ou problemas que possam inviabilizar os pagamentos.

3.1.5 Observar as demais obrigações específicas estipuladas no Projeto Básico, Edital e no Contrato;

### **4. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

4.1 Caberá à CONTRATADA:

4.1.1 Respeitar os prazos estabelecidos no Projeto Básico, no Edital e no Contrato;

4.1.1.1 **Prazo de Entrega:** o objeto desta contratação será demandado, sempre que necessário, pelo Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização do Ministério do Turismo, por meio de Comunicação Externa, devendo ser apresentada pela CONTRATADA, em até 5 (cinco) dias úteis após o recebimento da demanda, a proposta criativa de formatação da ação/projeto e o seu custo global estimado.

4.1.1.2 **Prazo de Execução:** o prazo de execução será informado individualmente para cada ação/projeto e deverá acontecer na vigência do contrato, mediante cronograma físico-financeiro acordado entre as partes.

4.1.1.3 **Prazo de Vigência do Contrato:** até o dia 30 de setembro de 2016, mês que marcará o fim dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

4.1.1.4 Eventualmente, as demandas poderão ser solicitadas com prazo menor que o estipulado no subitem **4.1.1.1**, casos em que serão negociados entre o Ministério do Turismo e a CONTRATADA.

4.1.2 Manter equipe habilitada para cumprimento do objeto da licitação, com estrutura suficiente para atender às necessidades administrativas e de atendimento e com alocação dos perfis necessários, dimensionados a partir de acordo entre as partes do contrato.

4.1.3 Manter a estrutura mínima de atendimento na cidade de Brasília,

4.1.3.1 A estrutura de atendimento deve contar, minimamente, com:

4.1.3.1.1 01 (um) Diretor Geral;

4.1.3.1.2 02 (dois) Profissionais de Planejamento;

4.1.3.1.3 04 (quatro) Profissionais de Atendimento;

4.1.3.1.4 02 (dois) Diretores de Arte;

4.1.3.1.5 02 (dois) Redatores;

4.1.3.1.6 02 (dois) Produtores;

4.1.3.1.7 01 (um) Revisor.

4.1.3.2 A CONTRATADA deve comprovar essa condição no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos a contar da assinatura do contrato.

4.1.3.3 A estrutura mínima de atendimento não precisa ser exclusiva para o Ministério do Turismo.

4.1.4 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferir ao Ministério do Turismo as vantagens obtidas.

4.1.5 Manter sigilo de dados, informações, estratégias de atuação e organização de trabalho realizado em conjunto com o Ministério do Turismo, responsabilizando-se por eventuais danos causados ao Ministério do Turismo.

4.1.6 Sem prejuízo das disposições legais, compete à Contratada o cumprimento das responsabilidades previstas neste Projeto Básico, além de ficar obrigada a:

- 1) Não subcontratar na integralidade o objeto deste Projeto Básico;
- 2) Não transferir sua responsabilidade a terceiros sob nenhum pretexto;
- 3) Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas (sem quaisquer ônus para o Ministério do Turismo), no total ou em parte, o objeto deste Projeto Básico em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou de materiais empregados;
- 4) Dar ciência ao Ministério do Turismo, imediatamente e por escrito, de qualquer anormalidade que verificar na execução dos serviços.
- 5) Prestar os esclarecimentos que forem solicitados pelo Ministério do Turismo, cujas reclamações obriga-se a atender prontamente.
- 6) Assumir todos os gastos e despesas que fizer para o adimplemento das obrigações decorrentes do Contrato, incluindo os custos de eventuais deslocamentos;
- 7) Manter, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de qualificação técnica e econômico-financeira exigidas na licitação;
- 8) Realizar os serviços para os quais foi contratada de acordo com o estabelecido no Projeto Básico e em observância às recomendações aceitas pela boa técnica e às normas e legislação;
- 9) Cumprir rigorosamente os prazos acordados em cronograma definido entre as partes a partir da aprovação da linha criativa zelando pela entrega pontual das atividades que lhe forem demandadas;
- 10) Assumir inteira responsabilidade civil e administrativa por quaisquer danos e prejuízos, materiais e/ou pessoais, causados por seus empregados ao Ministério do Turismo ou a terceiros;
- 11) Assumir a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica em acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados em serviço, ou em conexão com eles;
- 12) Responsabilizar-se por eventuais ônus decorrentes do inadimplemento de quaisquer obrigações com terceiros;
- 13) Arcar com as despesas decorrentes de qualquer infração, seja qual for, desde que praticada por seus técnicos durante a execução dos serviços;
- 14) Responsabilizar-se por qualquer ação, na Justiça do Trabalho ou outro foro competente, movida por seus funcionários ou contratados;
- 15) Garantir que seus profissionais cumpram todas as normas do Ministério do Turismo aplicáveis à execução do Contrato.
- 16) Fiscalizar o perfeito cumprimento dos serviços contratados, independentemente da que será exercida pelo Ministério do Turismo, cabendo-lhe integralmente os ônus decorrentes.

1.1.6. Os profissionais necessários para prestação dos serviços deverão estar sob responsabilidade da CONTRATADA e em conformidade com a legislação trabalhista vigente.

1.1.7. Também constitui responsabilidade da CONTRATADA os pagamentos dos encargos sociais previstos na legislação vigente e de quaisquer outros, em decorrência da sua condição de empregadora, sem qualquer solidariedade do Ministério do Turismo.

4.1.8 A CONTRATADA deve estruturar-se de modo compatível e prover toda a infraestrutura necessária à prestação dos serviços previstos em Contrato, com a qualidade e rigor exigidos, garantindo a plena operacionalidade, inclusive considerados os casos de greve ou paralisação de qualquer natureza.

4.2 A CONTRATADA responderá 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 certame.

4.2.1. Quando forem usadas imagens, textos, referências e citações de autores, além de cumprir a legislação aplicável sobre direitos autorais, deve-se garantir que os devidos créditos sejam concedidos.

4.3. Nenhum contratado ou empregado da Contratada terá vínculo empregatício com o Ministério do Turismo.

4.4. A falta de material ou pessoal não poderá ser alegada como motivo de força maior e não eximirá a CONTRATADA das penalidades a que está sujeita pelo não cumprimento das obrigações estabelecidas neste instrumento.

4.5. A CONTRATADA deverá substituir, imediatamente, sem qualquer ônus para o Ministério do Turismo, todo material, equipamento ou prestação de serviço, quando constatado mal funcionamento, defeito ou divergência do que foi solicitado.

4.5.1. Caso não haja a substituição do material, equipamento ou prestação de serviço, a CONTRATADA estará sujeita às penalidades previstas no Contrato.

4.6. A CONTRATADA deve estar ciente de que todos os materiais promocionais a serem produzidos serão precedidos de apresentação de leiaute para aprovação do Ministério do Turismo e, quando possível e necessário, por protótipo.

4.6.1. A CONTRATADA é responsável pelo armazenamento e conservação dos materiais a serem utilizados nos eventos/ações sendo que só será permitida a utilização dos mesmos quando em seu perfeito estado.

4.7. A CONTRATADA, ao receber convocação de reunião por e-mail pela área demandante, antes da realização de alguma ação/evento, para receber as orientações e informações que se fizerem necessárias, deverá arcar com quaisquer despesas, seja de deslocamento, hospedagem ou outro que se fizer necessária não cabendo ao Ministério do Turismo o ressarcimento de tais despesas.

4.8. Ao final de cada evento/ação a CONTRATADA deverá informar ao Ministério do Turismo a respeito das sobras de materiais passíveis de reutilização, apresentando um relatório com os materiais devidamente relacionados e quantificados e, quando solicitado pelo Ministério

do Turismo, providenciar o recolhimento, transferência ou devolução dos mesmos, sem ônus para o Ministério do Turismo.

4.9. Todos os ambientes/espços utilizados deverão ser devidamente conservados pela CONTRATADA, antes, durante e após o evento, até a sua devolução.

## **5. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

5.1 O Ministério do Turismo verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo não aceitar determinado serviço, no todo ou em parte, quando não corresponder ao desejado ou especificado. A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do Ministério do Turismo.

5.2 Os responsáveis pela fiscalização da execução dos serviços contratados serão servidores designados pelo Diretor do Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização do Ministério do Turismo, os quais realizarão tal fiscalização para comprovação da realização dos serviços prestados por parte da CONTRATADA.

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

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

5.5 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, às suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

5.6 A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas no contrato.

5.7 A fiscalização de que trata este item não excluirá e nem reduzirá a responsabilidade da CONTRATADA por danos causados ao Ministério do Turismo ou a terceiros, decorrentes de ato ilícito na execução do Contrato, ou por qualquer irregularidade e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade do CONTRATANTE.

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

5.9 A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do Ministério do Turismo, por meio de Ordem de Serviço, observadas as condições específicas previstas neste Projeto Básico.

5.10 Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste Contrato, por meio do Gestor titular, seu substituto ou qualquer outro especialmente designado, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.

## **6. DA CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES PELA CONTRATADA**

### **6.1 Quando da contratação de fornecedores, é obrigação da CONTRATADA:**

6.1.1 Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

6.1.2 Toda e qualquer contratação de fornecedores bem como a execução de qualquer serviço que envolva desembolso de recursos deverá ter a prévia expressa autorização do Ministério do Turismo.

6.1.3 Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores, de modo a comprovar que os preços estabelecidos estão em conformidade com os preços de mercado;

6.1.4 Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e globais e o detalhamento de suas especificações;

6.1.5 A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (Razão social, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação (representante);

6.1.6 O Ministério do Turismo poderá, a qualquer tempo e a seu critério, fazer a verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado e levantar orçamentos para a execução dos serviços objeto do Contrato, sem a intermediação da CONTRATADA, podendo ainda utilizar sistemas de referência de preço do Governo Federal para realizar tal verificação;

6.1.7 A CONTRATADA obriga-se a sempre buscar o menor preço com a melhor qualidade para a execução dos serviços objeto do contrato firmado entre as partes.

6.1.8 Quando da contratação de fornecedores de bens ou serviços necessários para a fiel execução do contrato, a CONTRATADA obriga-se a exigir destes as mesmas condições do contrato firmado com o Ministério do Turismo, respondendo totalmente por todas as infrações eventualmente cometidas.

6.1.9 Os orçamentos deverão ser originais e devidamente assinados pelos respectivos representantes das empresas fornecedoras.

6.1.10 Fica vedada a cotação prévia ou contratação, direta ou indireta, de empregado, sócio ou dirigente da CONTRATADA, assim como de empresas/fornecedores onde os mesmos mantenham participação societária, vínculo comercial ou tenham grau de parentesco até o terceiro grau.

6.1.11 Os preços propostos para a realização de quaisquer serviços são de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, não lhes cabendo o direito de pleitear nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

6.1.12 No caso de subcontratação de serviços de terceiros que se fizerem necessários, será vedado o faturamento direto por parte do subcontratado ao Ministério do Turismo, haja vista a relação jurídica ser estabelecida única e exclusivamente com a empresa Registrada e Contratada.

6.2 Não é admitida a contratação de fornecedores pela CONTRATADA para a execução dos serviços de planejamento estudo, linha criativa e leiaute.

## **7. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

7.1 Para fins de demonstração da qualificação técnica da licitante, e de forma a constatar seu bom desempenho na execução de objeto semelhante ao ora licitado, fator primordial para conferir ao Ministério do Turismo maior segurança sobre a qualidade da contratação almejada, a empresa deverá, na fase de habilitação, apresentar 3 (três) atestados/certidões/declarações de Capacidade Técnica emitidos, preferencialmente, por pessoa jurídica de direito público, que comprovem ter a empresa licitante executado ações de marketing promocional e eventos em características com o objeto desta licitação.

7.2 Os atestados/certidões/declarações, contendo a identificação do signatário (cargo, nome e telefone para contato), devem ser apresentados em papel timbrado da pessoa jurídica.

7.3 Os responsáveis pela licitação poderão proceder às diligências ou consultas que se fizerem necessários.

## **8. DA PROPRIEDADE INTELECTUAL**

8.1 Fica estabelecido que todos os trabalhos produzidos no âmbito desta contratação são de propriedade do Ministério do Turismo, ficando a esse reservada os direitos autorais e de uso de imagem na forma prevista na legislação vigente.

8.2 O Ministério do Turismo possui banco de imagens próprio e a CONTRATADA só deverá propor a aquisição de imagens de terceiros no caso de insuficiência ou inadequação das imagens da CONTRATANTE.

8.3 Quando a CONTRATADA, por intermédio de seu diretor, empregados ou quaisquer prepostos, desempenhar atribuições caracterizadas como de concepção, criação ou produção intelectual, artística ou técnica, os direitos autorais sobre as obras resultantes de sua atividade serão cedidos e pertencerão exclusivamente ao Ministério do Turismo, conforme o pactuado por meio do presente instrumento, de acordo com o artigo 49 e seguintes e parágrafo único do art. 11 da Lei 9.610/98.

8.3.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Proposta de Preços deste Projeto Básico.

8.3.2 O Ministério do Turismo poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou subcontratados.

8.4 Fica certo e ajustado entre as partes que a CONTRATADA não poderá reproduzir o trabalho realizado em virtude do presente instrumento por qualquer forma ou a qualquer título, exceto como divulgação de seu trabalho em apresentações da própria empresa.

8.5 Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada subcontratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a CONTRATANTE escolha uma das opções.

8.6 Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pelo Ministério do Turismo em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas na Proposta de Preços.

8.6.1 Quando a CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros - para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços - cláusulas escritas que:

8.6.1.1 Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes e demais trabalhos assemelhados;

8.6.1.2 Estabeçam que o Ministério do Turismo poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

8.6.2 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado - será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

8.7 A CONTRATADA deverá apresentar documento formal de cessão dos direitos patrimoniais de uso dos conteúdos ou materiais adquiridos/produzidos ao Ministério do Turismo, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba quaisquer ônus perante os cedentes desses direitos.

## **9. DA REMUNERAÇÃO E DOS PREÇOS**

9.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada sob a seguinte forma:

9.1.1 Honorário – Percentual fixo a ser pago sobre os serviços executados por fornecedores da CONTRATADA, conforme realização de campanhas promocionais, ação, exceto alimentação, passagem, hospedagem, pacotes de viagens, ingressos; e

9.1.2 Percentual do desconto ofertado sobre o total do Anexo II – Planilha de Preços Máximos, correspondente ao valor máximo por demanda, no caso dos serviços de planejamento, criação e desenvolvimento pela CONTRATADA para campanhas promocionais, formatação do evento/ação e criação de leiaute.

9.1.3 O percentual ofertado para os honorários relativos ao subitem **9.1.1** não pode ser superior a 13% (treze por cento).

9.1.4 O percentual ofertado relativo ao desconto de que trata o subitem será aplicado linearmente sobre cada um dos itens/linhas criativas que compõem a respectiva Planilha.

9.2 Após a perfeita execução dos serviços, devidamente atestados pela área gestora do Ministério do Turismo, o pagamento deverá ser efetivado mediante apresentação dos documentos de cobrança, compostos da Nota Fiscal/Fatura, emitida pela CONTRATADA e do(s) documento(s) fiscal(is) do(s) terceiro(s) com o comprovante do respectivo serviço, por meio de crédito em conta corrente mantida pela CONTRATADA.

9.2.1 Para pagamento de despesas com fornecedores contratados na execução de projeto/ação, a CONTRATADA deverá apresentar, no mínimo, 3 (três) orçamentos aceitos pelo Ministério do Turismo.

9.2.2 Os Serviços de desenvolvimento de linha criativa, formatação de projeto/ação (dependendo do porte) e criação de leiaute – serão remunerados pelos valores fixos de cada item, conforme Anexo II do Edital, já deduzido o desconto ofertado pela empresa na forma constante em sua Proposta de Preços final.

9.3 Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, devem ser efetuados pela CONTRATADA, nos prazos e condições previamente aprovados pelo Ministério do Turismo, obrigando-se a CONTRATADA a efetivar integralmente o repasse aos fornecedores em até 72 (setenta e duas) horas após efetivado o crédito em sua conta corrente, descontados os impostos devidos.

9.4 O Ministério do Turismo pagará o percentual de até 50% (cinquenta por cento) na reutilização de peças, por período igual ao inicialmente pactuado, no tocante ao valor original dos direitos autorais e conexos, bem como em relação à cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras.

9.4.1 Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

9.4.2 Quando da reutilização de quaisquer peças, o valor a ser pago pelo Ministério do Turismo será negociado caso a caso com a CONTRATADA.

9.5 Os documentos para pagamento deverão ser apresentados em envelope identificado com o serviço ao qual se refere o faturamento, e entregues ao Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização com antecedência mínima de 15 (quinze) dias corridos da data do vencimento, para o devido ateste da prestação dos serviços e providências de pagamento.

9.6 O Ministério do Turismo não remunerará, nem ressarcirá:

- 1) Os leiautes reprovados;
- 2) Ajustes realizados pela CONTRATADA em serviços considerados pelo Ministério do Turismo como não aceitáveis, no todo ou em parte, sendo que estas despesas correrão às expensas da CONTRATADA;

9.7 O Ministério do Turismo ressarcirá, sem incidência de honorários ou quaisquer outras taxas, desde que devidamente comprovados:

- 1) Qualquer tipo de remuneração incidente sobre cachês, direitos autorais ou qualquer outro relacionado a direito patrimonial, tanto na sua utilização como na reutilização;
- 2) Pagamento de taxas e tributos, emolumentos judiciais, fiscalização de anúncios, fiscalização de estabelecimentos, responsabilidade civil, seguros, recolhimento de imposto de renda, entre outras;

9.8 As demais condições de pagamento são as descritas no instrumento contratual, cuja minuta é parte integrante do Edital da presente licitação.

## **10. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

10.1 Os recursos para a execução dos serviços objeto deste Projeto Básico serão consignados no centro de custo do Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização.

10.2 A despesa com o Contrato resultante da Concorrência a que se refere este Projeto Básico terá o valor global máximo de R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais).

10.3 O Ministério do Turismo se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade desses recursos. O valor global mencionado no subitem acima não implica em responsabilidade do Ministério do Turismo de realização junto à CONTRATADA, devendo os pagamentos serem efetuados de acordo com os serviços demandados e os valores contratados.

## **11. DO TIPO DE LICITAÇÃO**

11.1 Em razão da natureza técnica dos serviços ora licitados, bem como à vista do conhecimento necessário para a realização dos serviços, sendo estes fatores preponderantes para atingir os objetivos e benefícios propostos e de suma importância para as ações do Ministério do Turismo, o tipo de licitação será a Melhor Técnica.

## **12. DA PROPOSTA TÉCNICA E DE SEU JULGAMENTO**

12.1 As Propostas Técnicas serão analisadas por membros integrantes da Comissão Especial de Licitação integrantes do Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico.

12.2 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: Plano de Ação Promocional, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas e com os subquesitos a seguir:

Quesitos	Subquesitos
Plano de Ação Promocional (elaborado com base no Briefing (Apêndice I deste Projeto Básico)	Raciocínio Básico Estratégia Ideia Criativa
Capacidade de Atendimento	
Portfólio	
Relatos de Soluções de Problemas	

12.3 A Proposta Técnica, composta dos quesitos e subquesitos mencionados no item 12.2, deverá ser elaborada observando-se as seguintes disposições:

12.3.1 **Plano de Ação Promocional:** deverá ser elaborado com base no Briefing (Apêndice I).

12.3.1.1 **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico da necessidade de ação promocional do MTur perante a aproximação do megaevento Jogos Olímpicos e a Tocha Olímpica, sua compreensão sobre o objeto da licitação, sobre o Ministério do Turismo, conhecimento sobre o turista brasileiro, o mercado do turismo brasileiro, os destinos turísticos brasileiros, o circuito da Tocha Olímpica, os valores que envolvem os Jogos Olímpicos e Paralímpicos e, principalmente, sobre o desafio de comunicação a ser enfrentado.

12.3.1.2 **Estratégia:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o desafio específico a ser enfrentado e alcançar os objetivos de comunicação desejados pelo MTur, compreendendo:

- 1) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico do Ministério do Turismo;
- 2) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

12.3.1.3 **Ideia criativa:** apresentação das soluções criativas e de interação com o público final do Ministério do Turismo durante eventos de promoção, onde serão avaliados os quesitos originalidade, criatividade e capacidade de execução, a apresentação deve compreender:

- a) Apresentação de relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia, como previsto no subitem

12.3.1.2, 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 específico de comunicação e alcançar os objetivos desejados pelo MTur, conforme explicitado na estratégia.
- c) Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 12.3.1.3 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.

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

12.3.1.5 O conteúdo pertinente ao Plano de Ação Promocional está limitado a 15 (quinze) páginas, em formato A4 ou A3 dobrado (no caso de A3 serão contabilizadas as páginas com conteúdo), em fonte Arial (12), com espaçamento 2cm nas 4 margens, a partir da borda, com espaçamento entrelinhas simples, ressalvado que não serão computados nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos dos quesitos.

12.3.1.6 A critério do Ministério do Turismo, o Plano de Ação Promocional poderá ou não vir a ser produzido, parcial ou integralmente, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

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

- 1) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- 2) 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, direção de arte, redação, revisão, produção e atendimento;
- 3) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

12.3.2.1 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.

12.3.2.2 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.3.2 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

12.3.3 **Portfólio:** apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e produzidos/distribuídos/exibidos/expostos pela licitante.

12.3.3.1 Poderão ser apresentadas até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça.

12.3.3.2 Para cada ação/peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de produção/distribuição/exibição/ exposição.

12.3.3.3 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou por meio virtual e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

12.3.3.4 As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Ministério do Turismo.

12.3.3.5 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o Portfólio 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.

12.3.3.6 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.3.3 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

12.3.4 **Relatos de Soluções de Problemas:** apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e produzidos/distribuídos/exibidos/expostos pela licitante.

12.3.4.1 A licitante deverá apresentar 2 (dois) cases, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de ações promocionais planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

12.3.4.2 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no item 12.5.

12.3.4.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo MTur.

12.3.4.3.1 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.

12.3.4.4 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o Portfólio 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.

12.3.4.5 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.3.4 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

12.4 Os responsáveis pela licitação poderão a qualquer momento suspender a reunião para analisar as propostas e proceder às diligências ou consultas, se necessário.

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

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

Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima
Plano de Ação Promocional	Raciocínio Básico	15
	Estratégia	25
	Ideia Criativa	25
Capacidade de atendimento	-	15
Portfólio	-	10
Relatos de Soluções de Problemas	-	10

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

#### 12.6.1 Plano de Ação Promocional

12.6.1.1 **Raciocínio Básico** - a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel do MTur nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do MTur com seus públicos;
- c) das características do MTur e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação, sobre o Ministério do Turismo, conhecimento sobre o turista brasileiro, o mercado do turismo

brasileiro e sobre os destinos turísticos brasileiros, principalmente aqueles envolvidos no Circuito da Tocha Olímpica.

e) do desafio de comunicação a ser enfrentado pelo MTur na oportunidade de realização dos Jogos Olímpicos e da Tocha Olímpica e do objetivo a ser alcançado.

f) das necessidades de comunicação e promoção do MTur para enfrentar esse desafio.

#### 12.6.1.2 **Estratégia**

- 1) a adequação do partido temático e do conceito propostos para a Tocha Olímpica e para os Jogos Olímpicos à natureza e à qualificação do MTur e a seu desafio de comunicação.
- 2) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- 3) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do MTur com seus públicos por meio das ações promocionais;
- 4) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação proposta para o Plano de Ação Promocional;
- 5) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- 6) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o MTur, o mercado no qual se insere, o desafio de comunicação e os objetivos do Plano de Ação Promocional expressos no Briefing, seus públicos e a verba disponível.

#### 12.6.1.3 **Ideia Criativa**

- 1) sua adequação ao tema proposto no Briefing do MTur;
- 2) sua adequação à estratégia de comunicação sugerida pela licitante;
- 3) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- 4) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- 5) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- 6) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- 7) sua pertinência às atividades do MTur e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- 8) a exequibilidade das peças e ou do material;
- 9) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

### 12.6.2 Capacidade de Atendimento

- 1) tempo de experiência da empresa em criação de campanhas/ações promocionais;
- 2) porte dos projetos/ações realizados pela empresa, quanto à abrangência;
- 3) porte dos projetos/ações realizados pela empresa, quanto ao público participante/atingido

### 12.6.3 Portfólio

- 1) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- 2) a qualidade da execução e do acabamento das peças e ou materiais;
- 3) a clareza da exposição das informações prestadas;
- 4) resultados alcançados (destaque na mídia, premiações, etc.)

### 12.6.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- 1) a evidência de planejamento das ações;
- 2) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- 3) a relevância dos resultados apresentados;
- 4) a concatenação lógica da exposição.

12.7 Para atribuição das pontuações, a comissão adotará a tabela abaixo:

#### 1) Quesito 1: Plano de Ação Promocional (máximo de 65 Pontos)

Subquestos de avaliação	Critério de Avaliação	Pontuação	Pontuação Máxima para o item
Raciocínio Básico	Não apresentou o item	0	15
	Apresentou parcialmente	7.5	
	Apresentou integralmente	15	
Estratégia	Não apresentou o item	0	25
	Apresentou parcialmente	12.5	
	Apresentou integralmente	25	
Ideia Criativa	Não apresentou o item	0	25
	Apresentou parcialmente	12.5	
	Apresentou integralmente	25	

2) **Quesito 2: Capacidade de Atendimento** (máximo de 15 Pontos)

<b>Subquestos de avaliação</b>	<b>Critério de Avaliação</b>	<b>Pontuação</b>	<b>Pontuação Máxima para o item</b>
Tempo de experiência da empresa em criação de campanhas/ações promocionais;	De 1 a 3 anos	1	5
	De 3 a 6 anos	3	
	Mais de 6 anos	5	
Porte dos projetos/ações realizados pela empresa, quanto à abrangência;	Local/Municipal	1	5
	Estadual/Mais de um município	3	
	Nacional/Mais de uma UF	5	
Porte dos projetos/ações realizados pela empresa, quanto ao público participante/atingido	Até 1.000 pessoas	1	5
	De 1.001 até 10.000 pessoas	3	
	De 10.001 até 30.000 pessoas	4	
	Acima de 30.000	5	

3) **Quesito 3: Portfólio** (máximo de 10 Pontos)

<b>Subquestos de avaliação</b>	<b>Critério de Avaliação</b>	<b>Pontuação</b>	<b>Pontuação Máxima para o item</b>
Ideia criativa e sua pertinência ao problema	Não apresentou o item	0	4
	Apresentou parcialmente	2	
	Apresentou integralmente	4	
Qualidade da execução e do acabamento das peças e ou materiais	Não apresentou o item	0	3
	Apresentou parcialmente	1.5	
	Apresentou integralmente	3	
Clareza da exposição das informações prestadas	Não apresentou o item	0	2
	Apresentou parcialmente	1	
	Apresentou integralmente	2	

Resultados alcançados (destaque na mídia, premiações, etc.)	Não apresentou o item	0	1
	Apresentou parcialmente	0.5	
	Apresentou integralmente	1	

4) **Quesito 4: Relato de soluções de problemas** (máximo de 10 Pontos)

<b>Subquesitos de avaliação</b>	<b>Critério de Avaliação</b>	<b>Pontuação</b>	<b>Pontuação Máxima para o item</b>
Evidência de planejamento das ações;	Não apresentou o item	0	2.5
	Apresentou parcialmente	1.25	
	Apresentou integralmente	2.5	
Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	Não apresentou o item	0	2.5
	Apresentou parcialmente	1.25	
	Apresentou integralmente	2.5	
Relevância dos resultados apresentados	Não apresentou o item	0	2.5
	Apresentou parcialmente	1.25	
	Apresentou integralmente	2.5	
Concatenação lógica da exposição	Não apresentou o item	0	2.5
	Apresentou parcialmente	1.25	
	Apresentou integralmente	2.5	

12.8 Por ato interno da comissão será elaborado relatório circunstanciado contendo os fundamentos das pontuações obtidas pelas licitantes que tiveram suas propostas analisadas.

12.9 O resultado da avaliação das propostas técnicas será consignado em ata de sessão pública, na qual a Comissão Especial de Licitação, apoiada em relatório circunstanciado, indicará a pontuação atribuída e a ordem de classificação das propostas.

12.10 Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre os membros da comissão responsáveis pela análise técnica para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da comissão responsáveis pela análise técnica, os autores reavaliarão suas pontuações.

12.10.1 Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da comissão responsáveis pela análise técnica e passará a compor o processo da licitação.

12.10.2 A nota de cada licitante corresponderá à soma total da pontuação dos quesitos.

12.11 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

12.12 Será desclassificada a Proposta que:

- 4) não atender às exigências deste Projeto Básico;
- 5) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos, demonstrando inabilidade para prestar os serviços necessários;
- 6) obtiver pontuação zero em quaisquer dos subquesitos dos itens 12.3.1.1, 12.3.1.2 e 12.3.1.3.

12.12.1 Se houver empate, será considerada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.3.1, 12.3.2, 12.3.3 e 12.3.4.

12.13 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

### **13. DA PROPOSTA DE PREÇOS**

13.1 A proposta de preços deve ser apresentada em uma (01) única via, conforme o modelo constante no Anexo III do Edital, impressa em papel timbrado da licitante, sem emendas, ressalvas, rasuras ou entrelinhas em suas partes essenciais, rubricadas em todas as suas folhas, com suas páginas sequencialmente numeradas, contendo os elementos a seguir:

13.1.1 Menção ao número do Edital, com a identificação da empresa proponente, CNPJ, endereço completo (rua, número, bairro, cidade, estado), números de telefone, fax, e-mail;

13.1.2 Tabela composta pelos seguintes quesitos:

13.1.2.1 Quesito A - Honorário – Percentual fixo a ser pago sobre os serviços executados por fornecedores da CONTRATADA, conforme realização

de campanhas promocionais, evento/ação, exceto alimentação, passagem, hospedagem, pacotes de viagens, ingressos;

13.1.2.1.1 O percentual ofertado para os honorários relativos ao Quesito A não pode ser superior a 13% (treze por cento).

13.1.2.2 Quesito B - Percentual do desconto ofertado sobre o total do Anexo II - Planilha Geral de Preços Máximos, correspondente ao valor máximo por demanda, no caso dos serviços de planejamento, criação e desenvolvimento pela CONTRATADA para campanhas promocionais, formatação do evento/ação e criação de leiaute.

13.1.2.2.1 O percentual ofertado relativo ao quesito B será aplicado linearmente sobre cada um dos itens/linhas criativas que compõem a respectiva Planilha.

13.2 A tabela de que trata o item 13.1.2 se compõe da seguinte forma:

QUESITO	PERCENTUAL OFERTADO	FÓRLUMA DE CÁLCULO DAS NOTAS	NOTA NO QUESITO
A- Percentual fixo - Honorário		$N = 13 - PoA$	
B- Desconto a ser ofertado sobre os itens/linhas criativas estabelecidos no Anexo II – Planilha Geral de Preços Máximos		$N = PoB$	
<b>NOTA TOTAL (Nota no Quesito A + Nota no Quesito B) =</b>			
N = Nota no Quesito	<b>PoA = Percentual ofertado para o Quesito A</b> <b>PoB = Percentual ofertado para o Quesito B</b>		
Obs1) para efeito de cálculo das notas, os valores de A e B devem ser substituídos na respectiva fórmula sem o símbolo “%”			
Obs2) as notas serão calculadas com, no máximo, duas casas decimais, desprezando-se as demais sem qualquer arredondamento			
Obs3) o percentual ofertado para o Quesito A não pode ser superior a <b>13% (treze por cento)</b>			

13.3 Somente serão abertos os Envelopes “C” “Proposta de Preços” das licitantes cujas propostas técnicas tenham sido classificadas.

13.4 A Comissão verificará a correção do preenchimento, pela licitante, das informações e das notas obtidas pela aplicação da fórmula explicitada na Planilha de Preços apresentada na sua Proposta de Preços, conforme o modelo do Anexo III do Edital.

13.5 A nota total será obtida mediante a soma das notas finais dos quesitos “A” e “B”, indicados na Proposta de Preços.

13.6 O licitante que apresentar, na Proposta de Preços, a maior nota total será considerada como a de menor preço, e assim sucessivamente.

13.7 Será desclassificada a Proposta de Preços que:

5) Não atender às exigências do Edital e de seus Anexos;

6) Apresentar preço baseado em outras propostas, inclusive com o oferecimento de redução sobre a de menor valor;

7) Oferecer propostas alternativas;

8) Apresentar proposta com valor superior ao limite estabelecido ou com preços manifestamente inexequíveis, assim considerados aqueles que não venham a ter demonstrada sua viabilidade por meio de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução do objeto contratado.

13.7.1 São considerados excessivos os preços cotados que ultrapassem os valores máximos estabelecidos neste Projeto Básico.

13.8 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.

13.9 Se a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica não tiver apresentado a Proposta de menor preço, a Comissão Especial de Licitação abrirá com ela a negociação das condições de preços, tomando-se por base o menor preço apresentado entre todas as licitantes classificadas.

13.9.1 Caso a licitante se recuse a praticar o menor preço entre as propostas apresentadas, deverá apresentar justificativa comprovando a impossibilidade de redução dos preços, a qual estará sujeita à aceitação do Ministério do Turismo.

13.9.2 Caso o Ministério do Turismo não aceite a justificativa apresentada pela licitante, procedimento idêntico será adotado sucessivamente com as demais licitantes, pela ordem de classificação na Proposta Técnica, até a consecução de acordo para contratação.

13.10 Será considerada vencedora da licitação 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, ou que tiver apresentado justificativa aceita pelo Ministério do Turismo, comprovando a impossibilidade de redução do preço.

Brasília, de janeiro de 2016.

NOME

CARGO

## **ANEXO I-A**

### **BRIEFING**

Este briefing destina-se à elaboração do Plano de Comunicação que servirá de base para o julgamento das propostas das licitantes. O Ministério do Turismo reserva-se o direito de utilizar ou não, posteriormente, o briefing da proposta vencedora.

#### **SITUAÇÃO GERAL – TURISMO**

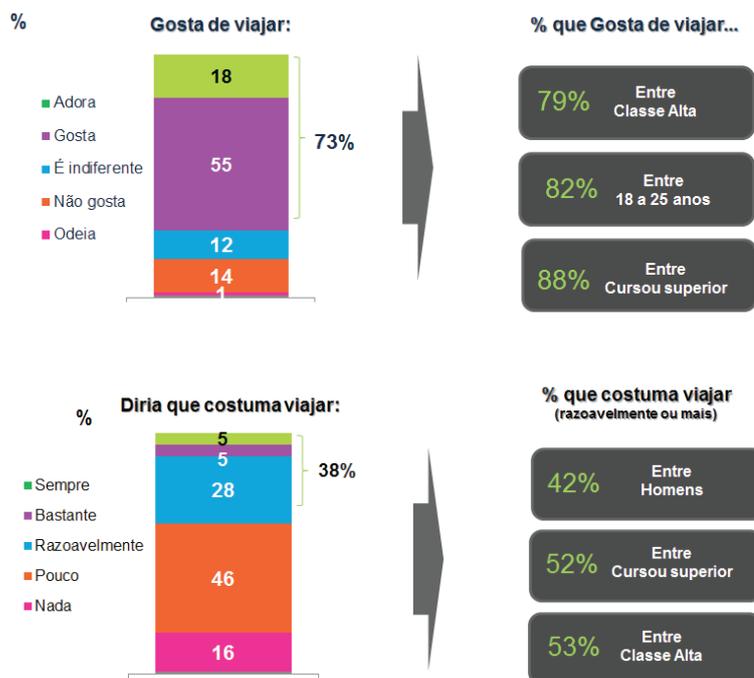
##### **1. Mercado Interno**

**1.1.** Em junho/2015, o Ministério do Turismo e o Instituto Data Popular realizaram uma **pesquisa** com o objetivo de compreender **perfil, valores, hábitos, desejos, planos e atitudes dos brasileiros em relação ao turismo**, fornecendo subsídios para orientar o Ministério do Turismo na elaboração de estratégias de ação e comunicação.

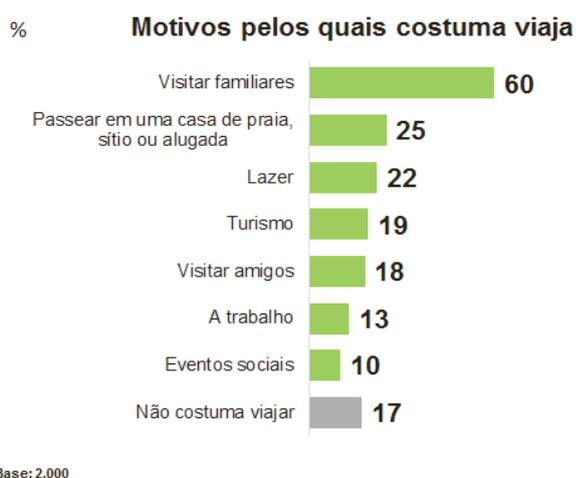
Essa pesquisa foi realizada em duas fases, sendo que o perfil de estudo da primeira fase – qualitativa – foi composto por brasileiros atuais viajantes (internacionais e domésticos), potenciais turistas e jovens viajantes hiperconectados. Já a segunda fase – quantitativa – foi executada com brasileiros em geral.

O estudo constatou que **o turismo no Brasil aumentou muito na última década**, demonstrando um crescimento de 48% no número de viagens nos últimos 10 anos. Esse aumento apresenta correlação direta entre os desempenhos da economia, dos indicadores e segmentos envolvidos no turismo, impulsionados pela entrada de viagem na cesta de consumo da classe C e também pela melhoria da estrutura turística.

Apesar dos grandes avanços e da grande oferta, **o brasileiro não tem cultura consolidada de viagens domésticas** – 7 entre cada 10 brasileiros dizem gostar de viajar, mas apenas 38% viajam com frequência.



A pesquisa também apontou que **visitar familiares é o principal motivador para o brasileiro viajar (60%)**. A maior parte desses viajantes utilizam a hospedagem em casa de parentes ou de amigos. Como consequência, a maioria dos brasileiros praticamente não utilizam serviços turísticos, como meio de hospedagem e agência de viagens – **71% nunca utilizaram os serviços desse tipo de agência**.



Outros fatores que impulsionam as viagens pelo Brasil são o turismo e o lazer. Por esse motivo, o estudo realizado também analisou os perfis dos viajantes a lazer, onde

concluiu-se que 18% correspondem aos não viajantes; 22%, aos potenciais viajantes; 53%, aos viajantes nacionais e 7%, aos viajantes internacionais.

O perfil não viajante – 18% – é composto por pessoas mais velhas e menos escolarizadas. Para 46% desse grupo viajar pelo Brasil é caro, 57% afirmam ser um gasto desnecessário, 61% afirmam não ter dinheiro e a maior parte, 79%, diz não ter lembrança de propagandas incentivando o turismo no país.

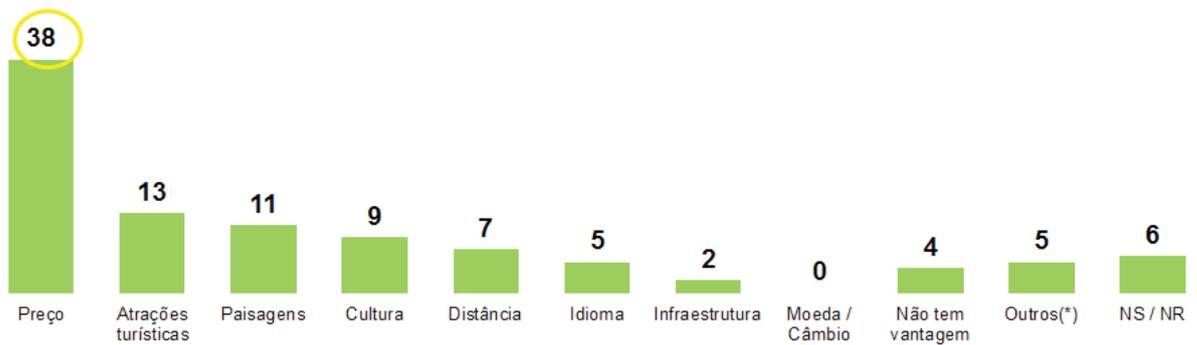
Por sua vez, o potencial viajante – 22% – gosta de viagens, mas nunca viajou a lazer. Esse público é formado por pessoas mais novas (50% têm até 35 anos) que não identificam a viagem como um investimento e não conseguem enxergar um retorno, para além do prazer imediato. Para muitos, as viagens ainda concorrem com bens duráveis, pagamento de contas mensais e quitação de dívidas. Apesar disso, 30% afirmam que pretendem viajar a lazer para dentro do Brasil no próximo ano. É com foco principalmente neste perfil que o Ministério do Turismo desenvolve ações voltadas para a promoção do turismo interno afim de mostrar os benefícios de uma viagem, como descanso, acesso a novas culturas, novos conhecimentos, experiências, entre outros, mostrando o diferente, o inusitado e o surpreendente.

Já os 53% dos viajantes nacionais - que já viajaram a lazer pelo Brasil - são representados por 55% da Classe Média, apresentando diferenças expressivas entre os viajantes domésticos das classes C e AB. Dos 53%, 29% declararam viajar a lazer todo ano, 58% admitiram viajar menos do que gostariam e 61% pretendem viajar a lazer no Brasil no próximo ano.

Por fim, o perfil do viajante internacional – 7% – é constituído por um público mais rico e de maior escolaridade – 66% estão na classe alta e cerca da metade tem ensino superior. 92% desse tipo de viajante afirmam que gostam de viajar; 65% dizem viajar menos que gostariam; 31% não viajam mais por falta de tempo e 24% pretendem viajar para o exterior no próximo ano.

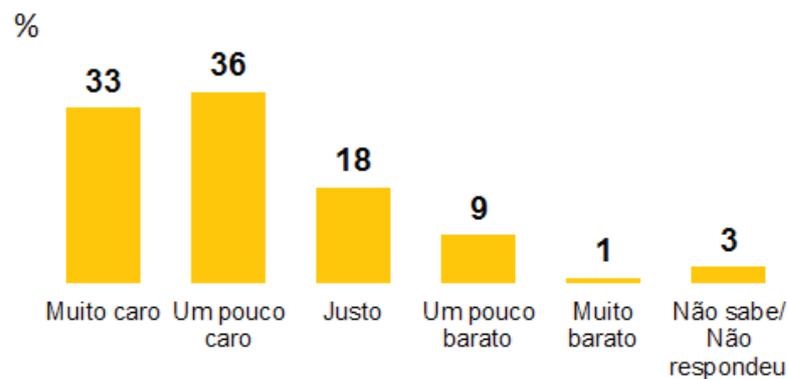
**Todos os perfis acreditam que está mais fácil viajar hoje do que no passado, considerando o preço a maior vantagem associada às viagens nacionais.**

### Qual a principal vantagem que percebe em fazer uma viagem nacional



Apesar disso, **69% dos entrevistados consideram caro viajar pelo Brasil.**

### Custo de uma viagem nacional



**Em resumo, as principais descobertas da pesquisa foram:**

#### Brasileiro gosta e quer viajar mais

- 7 em cada 10 brasileiros gostam de viajar.
- Os brasileiros mais jovens e mais escolarizados são os que mais gostam de viajar.
- 47% dos brasileiros pretendem viajar a lazer / turismo para dentro do Brasil nos próximos 12 meses.
- 6 em cada 10 gostariam de viajar mais a lazer / turismo do que viaja atualmente.

Porém, apesar do desejo e intenção, o brasileiro ainda viaja pouco a lazer

- 59% dos brasileiros já viajaram a lazer / turismo dentro do país, mas somente 35% viajam com frequência (1 ou mais vezes por ano).
- Para 67% a falta de dinheiro é a principal razão pela qual o brasileiro não viaja mais a lazer.
- 69% consideram caro viajar pelo país.
- Brasileiros indicam que opções mais baratas, mais promoções e mais divulgação dos destinos seriam os maiores incentivos para que viajassem mais a lazer ou turismo.

#### Quando viaja, o brasileiro utiliza pouco o trade

- Visitar familiares é o principal motivo que leva os brasileiros a viajar.
- 33% preferem se hospedar na casa de parentes.
- 35% preferem o carro como principal meio de transporte.
- 71% nunca utilizou os serviços de uma agência de viagens.

#### Para os brasileiros, o Brasil é um destino de praias e belezas naturais

- Praias e belezas naturais são as atrações mais valorizadas para 55% e 34% dos brasileiros, respectivamente.
- Já os destinos internacionais são reconhecidos por uma gama maior de atrações como cultura, gastronomia e compras; além das belezas naturais.

#### A pesquisa identificou 4 principais segmentos de turistas:

- **Não viajantes: 18% da população**
  - Nunca viajou a lazer e não gosta de viagens.
  - Perfil mais velho e menos escolarizado: 46% têm mais de 45 anos e 66% têm até ensino fundamental
  - 57% consideram viajar um gasto desnecessário.
- **Viajantes potenciais: 22% da população**
  - Nunca viajou a lazer, mas gosta de viagens.
  - 50% têm 35 anos de idade.

- 30% pretendem viajar a lazer pelo Brasil no próximo ano.

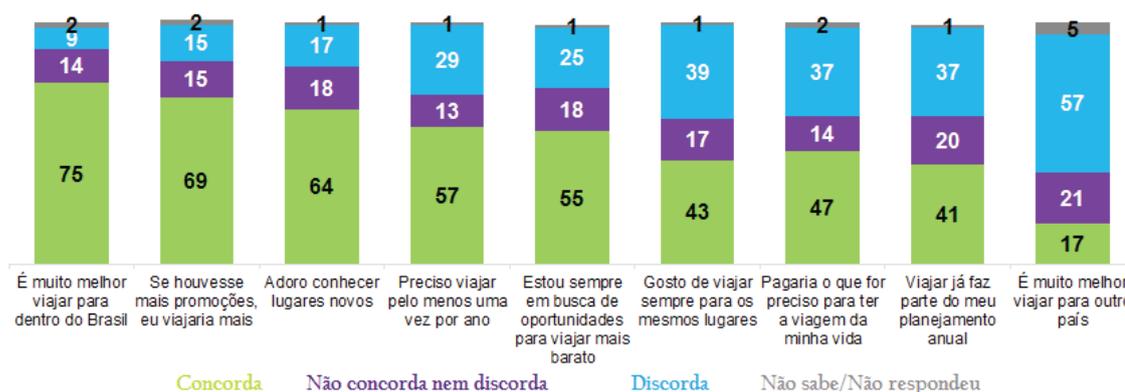
- **Viajantes nacionais: 53% da população**

- Já viajou a lazer, mas somente para dentro do Brasil
- 55% são de classe média.
- 61% pretendem viajar a lazer pelo Brasil no próximo ano.
- 29% viajam a lazer todo ano.
- 24% não viaja a lazer todo ano.

- **Viajantes internacionais: 7%**

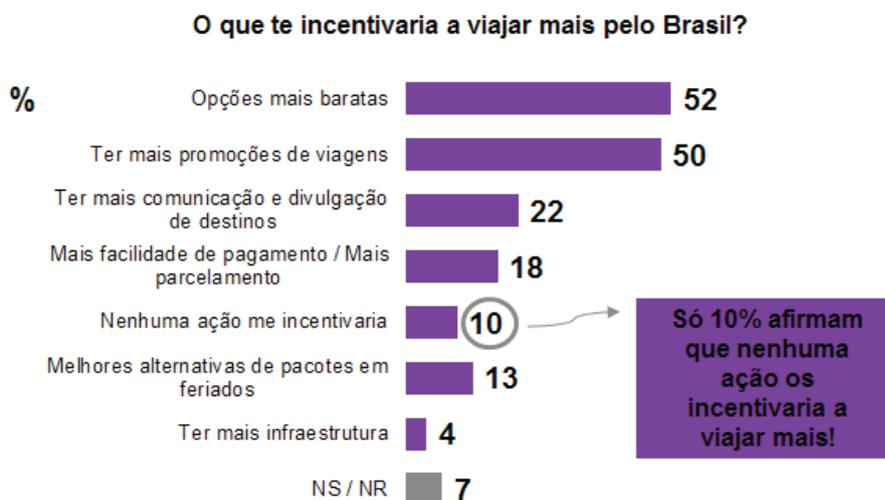
- Já viajou a lazer para fora do Brasil.
- 66% estão na classe alta e cerca de metade tem ensino superior
- 31% não viaja mais por falta de tempo

**1.2** Uma pesquisa realizada pelo MTur para o Plano de Marketing em janeiro/2014 aponta que **63% da população planeja com menos de dois meses de antecedência suas viagens nacionais e que 3 em cada 4 viagens se concentram na alta temporada** – janeiro, fevereiro, junho, julho e dezembro. Esses dados mostram que os brasileiros não têm o costume de planejar suas viagens e acabam pagando um preço mais elevado.



Mesmo assim, **brasileiros concordam que viajar para o Brasil é melhor e viajariam mais se houvesse mais promoções.**

**Opções mais econômicas e melhor comunicação sobre os destinos são as ações mais demandadas para incentivar as viagens.**



**Todos os grupos apontaram problemas referentes à divulgação do turismo no Brasil, considerado como pouco promovido.** Outra crítica presente na maioria dos grupos foi a falta de investimento em divulgação regional e na promoção de locais poucos conhecidos e acessados. 49% dos entrevistados não lembram de ter visto propaganda incentivando o turismo no Brasil.

Além disso, a percepção geral é de que o investimento é sempre concentrado em algumas opções (como o Rio de Janeiro, a Bahia e as praias do Nordeste) e não explora o novo; a visibilidade é focada em locais, imagens e “apelos” considerados “batidos” e os participantes apontam falta de “novidade”, de “surpresa”, do “curioso” ou “inusitado” nas campanhas.

De acordo com a pesquisa apresentada é possível perceber que os perfis avaliados são muito distintos e apresentam percepções e demandas próprias. Nesse sentido, ações voltadas à promoção do turismo interno terão diferente apelo e diferente recepção em cada um dos segmentos. É preciso mostrar o turismo como algo possível, mais que um sonho, uma realidade e investir na diversificação de destinos acessados.

## **ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO**

### **1. Campanha “Viagem é para toda a Vida” (2008 a 2011)**

A campanha “Viagem é para toda a vida” foi a maior campanha de incentivo ao turismo interno executada pelo Ministério do Turismo. Teve amplo reconhecimento no governo federal e recebeu prêmios em âmbito nacional e internacional, entre eles, Marketing Best 2009; Colunista Nacional 2010; e 4 prêmios regionais Brasília em 2009, 2010 e 2011. O período de veiculação da campanha foi de 2008 a 2011.

As peças da campanha eram interativas, no sentido de trazer imagem de pontos turísticos e cartões-postais brasileiros e questionar o turista se ele conhecia aquele destino, apresentando opções de locais para o turista escolher o correspondente ao da foto. Ao alertar o turista brasileiro sobre locais ainda não conhecidos por ele, a campanha buscava suprir a desinformação sobre turismo por meio de uma ação lúdica e despertar nos brasileiros a vontade de viajar mais para conhecer melhor o Brasil.

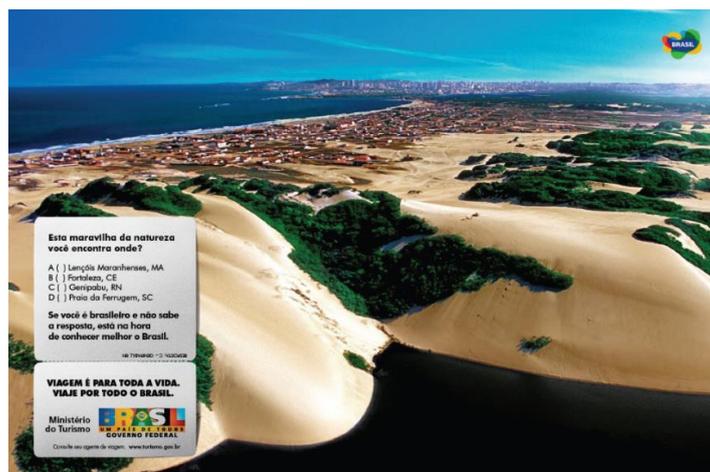
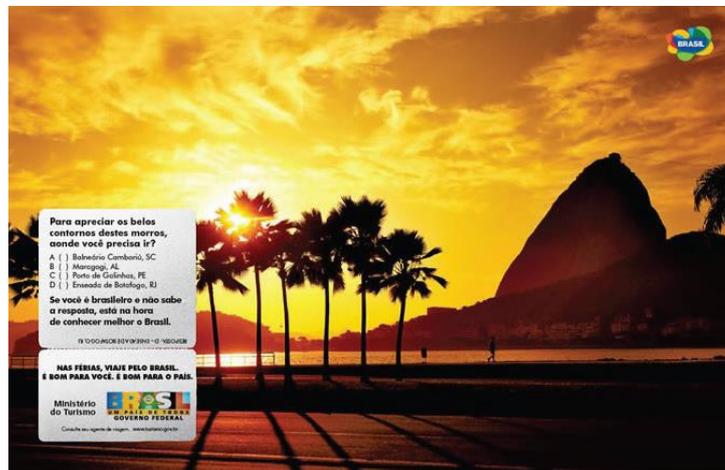
A campanha apresentou um vídeo com a participação da cantora Claudia Leite e do cantor Jorge Aragão com a mensagem: “*Viagem é para toda a vida. Viaje por todo o Brasil*”. No vídeo, eles cantam uma música animada, incentivando o brasileiro a viajar pelo Brasil.

A campanha teve 7 *flights*, porém a linha criativa foi mantida ao longo dos anos. O diferencial se dava com as mudanças das mensagens, que iam se adaptando ao momento turístico. Sendo assim, variava quando se tratava de período de alta temporada, feriados prolongados, baixa temporada etc.

O objetivo da campanha proposta era aproveitar a ascensão econômica da classe média para destacar o ato de viajar como um bem durável, que se leva por toda a vida através de lembranças, amigos, fotos e experiências. Além de posicionar o turismo como um projeto acessível, que pode ser pago em parcelas e não pesa no orçamento familiar. A veiculação incluiu o uso de meios impressos (revista), TV, rádio e mídia exterior.

O público alvo dessa campanha eram potenciais turistas de ambos os sexos, das classes ABCD /foco nas classes CD, com mais de 20 anos. Como alvo secundário estava o trade turístico (representado pelas operadoras, agências de viagens, cias. Aéreas, hoteleiros, etc).

Peças:



## 2. Campanha “Viaje pelo Brasil e leve na bagagem o desenvolvimento” (2011)

A campanha “Viaje pelo Brasil e leve na bagagem o desenvolvimento” foi uma campanha voltada para a sociedade em geral, com a divulgação dos dados do turismo no Brasil e o

impacto das viagens no desenvolvimento nacional. A campanha foi veiculada majoritariamente no ano de 2011, porém algumas peças foram produzidas e veiculadas em 2012 também.

As peças da campanha retratavam trabalhadores tendo suas vidas transformadas pelo impacto do turismo na economia e uma apelação com mensagem: “*viaje pelo Brasil e leve na bagagem o desenvolvimento*”, mensagem que deu nome à campanha. A campanha apresentou um vídeo com a mesma linha criativa das peças, mostrando pessoas comuns (trabalhadores) sendo impactados pelo turismo.

O objetivo da campanha proposta era atingir o sentimento coletivo do turista brasileiro, mostrando a transformação que o setor causa na vida das pessoas e em um país. Para isso eram utilizados dados do turismo interno, da participação do turismo no PIB do Brasil, do benefício da distribuição de renda e inclusão social proporcionados pelo mesmo.

O público alvo dessa campanha foram potenciais turistas de ambos os sexos, das classes ABCDE, com mais de 18 anos com TV Aberta e Internet, formadores de opinião das classes AB, com mais de 25 anos, por meio de Revista e Internet e reforço direcionado à classe C, com mais de 18 anos, nos mercados indutores: SP, BH, RJ, POA, CTW, SSA e DF, por meio de veiculação em Rádio, DOOH, OOH e Jornal.

### Peças:





### 3. Campanha Turismo Interno (2013)

Em 2013, ano de restrição no orçamento, o Ministério do Turismo solicitou à Embratur o vídeo de promocional da Copa do Mundo de 2014 e fez adaptações e cortes para a criação de 2 vídeos: um de 15'' e outro de 30'', voltados para promoção do turismo interno. O filme foi feito com cenas de brasileiros aproveitando os destinos do País: trilha na serra, banho de cachoeira, surfistas no mar, amigos na praia, pulo de asa-delta, baiana servindo acarajé, etc. As cenas iam ilustrando o que era dito pela locução. A qual informava ao brasileiro que ele já mora em um país incrível e perfeito para viajar, convidando o turista a conhecer todo o Brasil. A mídia foi veiculada em TV aberta, fechada, bordo e segmentada, cinema e mídia aeroportuária.

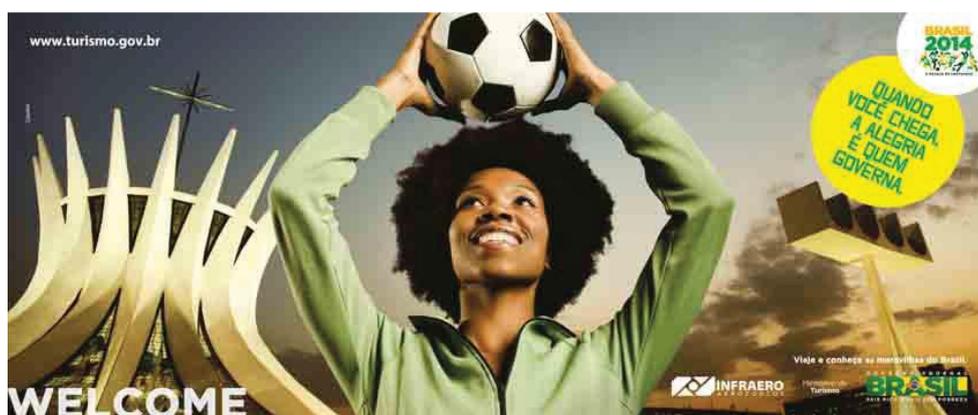
### 4. Campanha Pátria de Chuteiras (2013)

Ainda em 2013, foi realizada a Campanha "Pátria de Chuteiras", - tema adotado pelo Governo Federal - voltada para a promoção da Copa das Confederações. O objetivo era dar as boas-vindas para as pessoas que foram às cidades sedes onde ocorreram os jogos e despertar no brasileiro o sentimento de vibração e da importância dos grandes eventos no nosso país. Foi feito um vídeo com imagens de pessoas jogando futebol e jogadores e torcidas em estádios, criando um sentimento de "país do futebol" e pedindo que a população sentisse orgulho de ser brasileira e fosse receptiva aos turistas que viriam assistir aos jogos.

A veiculação ocorreu entre junho e julho de 2013, nos seguintes meios: TV Aberta, Pay TV, Tv Segmentada, Rádio Rede, Jornal Trade, Revistas de Bordo e Trade, Internet, OOH e DOOH, com foco principal nas cidades sede da Copa das Confederações (Recife, Fortaleza, Salvador, BSB, RJ, Belo Horizonte).

O público alvo dessa campanha eram cidadãos de ambos os sexos, das classes A, B, C, D e E, com mais de 18 anos.

### Peças:



## 5. Campanha “Celebração” (2014)

Em 2014, a campanha “Celebração” trouxe a assinatura “Copa das Copas” – tema do Governo Federal - e buscava alterar a percepção e críticas da população brasileira à Copa do Mundo de 2014. O objetivo era mostrar como o turismo nacional é um propulsor do crescimento e como a Copa ia sedimentar a imagem do país no cenário mundial.

A linha criativa foi construída de maneira a convocar o povo brasileiro para a Copa, pedindo que a população recebesse as pessoas de braços abertos e vivesse toda a alegria do mundial. A ideia era mostrar que quem faz a Copa são todos os brasileiros e que o país está preparado para receber o mundo inteiro que está vindo para o Brasil.

A veiculação ocorreu entre maio de junho de 2014, nos seguintes meios: TV Aberta, Fechada e Segmentada, Redes de Rádio, Mídia Aeroportuária Estática e Revistas de bordo, com foco nas cidades sede da Copa do Mundo 2014 (Recife, Salvador, Brasília, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo e Curitiba).

O público alvo dessa campanha eram cidadãos de ambos os sexos, das classes A, B, C, D e E, com mais de 18 anos.

### Peças:





## 6. Campanha “PartiuBrasil” - junho de 2014 a outubro de 2015

A campanha “#PartiuBrasil” foi uma das campanhas de incentivo ao turismo interno executadas pelo Ministério do Turismo com maior repercussão de mídia espontânea, teve inclusive enorme reconhecimento no trade turístico e muitos aderiram ao conceito inovador da campanha.

A campanha veio com uma linha criativa de linguagem fácil e com uma identidade voltada para o público que acessa a internet, portanto a assinatura acompanhada da *hashtag* (#PartiuBrasil) norteou as mensagens da campanha.

Os objetivos principais eram incentivar os brasileiros, informando que aquele era o momento e que chegara a hora de conhecer o seu país; convencer os brasileiros incentivando-os a viajarem pelo país e estimular o turista a ter experiências inesquecíveis em seu próprio país.

Baseando-se nos inúmeros destinos e vantagens de se viajar pelo Brasil, a campanha apresentava a multiplicidade de roteiros, a rica gastronomia, o calor humano e, sobretudo, a facilidade de acesso dos destinos brasileiros. O foco da comunicação era na valorização das experiências que uma viagem pode proporcionar.

As peças da campanha convidavam a viajar “agora” pelo Brasil, brincando com as experiências turísticas do local. Sendo assim as mensagens assumiam as formas de # seguidas de experiências. Ex: #PartiuGastronomia, #PartiuDiversão. #PartiuFérias, etc.

A campanha foi marcada em suas duas fases pelas revista “PartiuBrasil” e pelos vídeos da campanha. A revista foi construída com uma linguagem “blogueira”, de fácil acesso e entendimento da população e com textos mais curtos e interessantes, que traziam as experiências como norte da mensagem. Os vídeos da campanha se focavam em imagens de

experiências turísticas e eram acompanhados de uma trilha animada, incentivando o brasileiro a viajar pelo Brasil.

A campanha teve 2 fases, a primeira no primeiro semestre e a segunda no segundo semestre de 2014. A campanha permanece até agosto de 2015 e muitas peças e comunicação visual ainda são utilizadas em feiras e eventos nos quais o Ministério do Turismo participa. A principal diferença entre as duas fases está no fato da primeira convidar o brasileiro a viajar pelo Brasil “agora” e a segunda informa o brasileiro que “toda hora é hora de conhecer o Brasil”, complementando a primeira.

A veiculação incluiu o uso de meios impressos (revista), Pay TV, rádio, internet e mídia exterior, além disso foram construídos 1 mockup e 1 empena criada pelo artista “Kobra”, em Recife. O público alvo dessa campanha eram potenciais turistas de ambos os sexos, das classes ABCDE, com mais de 18 anos.

#### Peças:





## 7. Campanha Atual → “VivadePerto” – iniciada em novembro de 2015

A proposta da nova campanha do Ministério do Turismo de estímulo às viagens pelo próprio país é mostrar como as viagens são marcantes e possibilitam experiências inesquecíveis. A campanha busca aflorar o sentimento de pertencimento do brasileiro ao país, destacando a diversidade cultural, étnica e natural que caracterizam as belezas naturais e o povo brasileiro. Em busca de uma mudança de comportamento, o conceito criativo da campanha buscar provocar o brasileiro a viver mais por meio da viagem. A provocação busca quebrar estereótipos, gerar identificação e pertencimento. As peças gráficas e os filmes da campanha buscam interagir com o público, fazendo com que a visualização dos deslumbres de uma experiência turística induza o público-alvo a querer vivenciar o mesmo. Em destaque das ações da campanha temos a ambientação de metrô nas cidades de Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo, as quais trouxeram localidades turísticas e experiências para perto do público, aproximando os brasileiros das experiências de viagem.

Público-Alvo: viajantes domésticos e potenciais, classes ABCD, ambos os sexos, com mais de 18 anos, que pretendem viajar pelo Brasil e os que já são viajantes nacionais; trade turístico brasileiro.

**Peças:**



## 2. Momento Olímpico

### 2.1 Cenário

O dia 5 de agosto de 2016 marcará um momento histórico: nessa data serão abertos os primeiros Jogos Olímpicos realizados na América do Sul. O Governo Federal trabalha em várias frentes para que o Rio de Janeiro e o Brasil recebam com sucesso o maior evento esportivo do planeta.

As competições acontecerão não só no Rio de Janeiro, como também nas Cidades do Futebol (São Paulo, Manaus, Salvador, Belo Horizonte e Brasília), levando milhares de brasileiros e estrangeiros a diversos pontos do país. Mas o sentimento olímpico invadirá o Brasil antes mesmo do início dos Jogos, pois no dia 3 de maio de 2016 começará o

Revezamento da Tocha Olímpica, cujo objetivo é envolver todo o país no clima dos Jogos, multiplicar os valores olímpicos e inspirar mudanças positivas.

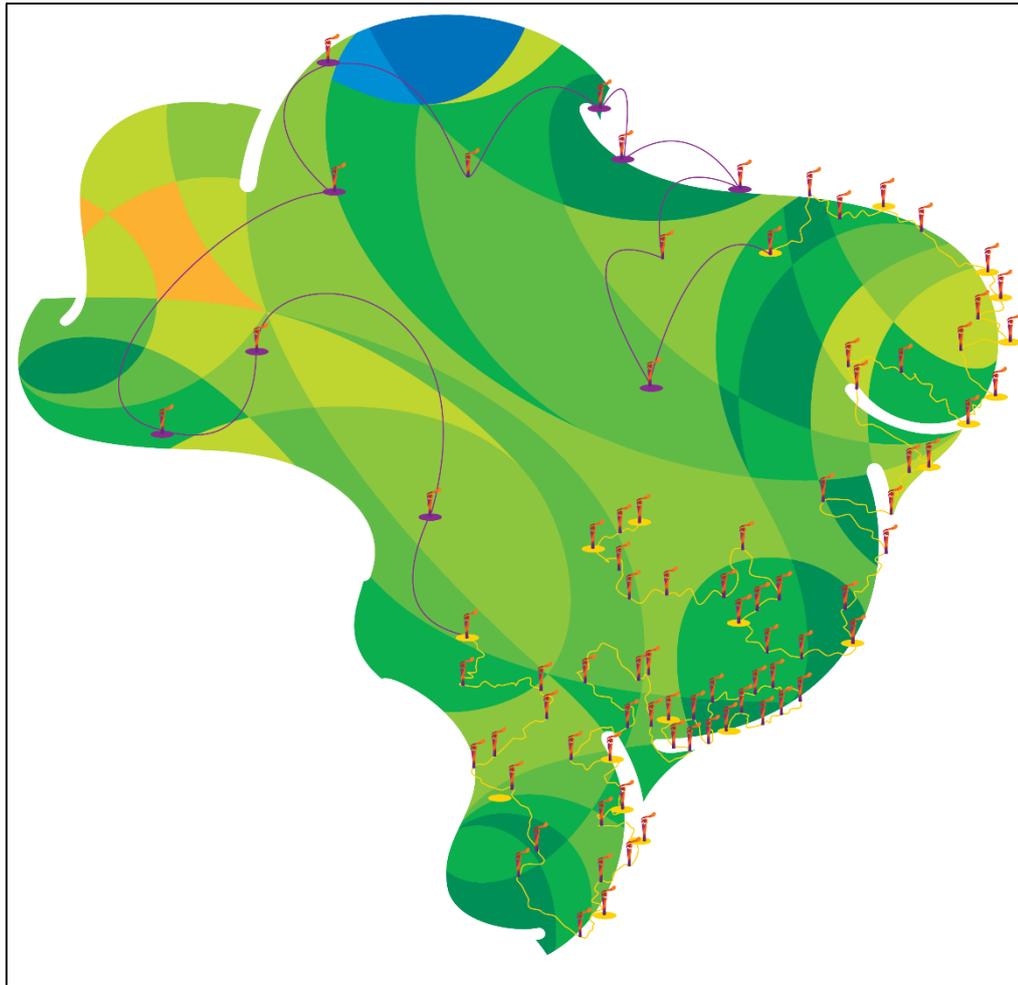
A chama Olímpica será acesa no dia 21 de abril de 2016, em uma cerimônia cheia de tradição realizada na cidade de Olímpia, na Grécia, berço dos Jogos da Antiguidade. Após um período na Europa, a chama viajará até o Brasil, onde começará, no dia 3 de maio, a trilhar o seu caminho rumo ao Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro, palco da cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016.

A jornada da tocha no país-sede dos primeiros Jogos Olímpicos da América do Sul passará por mais de 300 cidades das cinco regiões do país, sendo que em 83 delas será realizado pernoite (chamadas cidades “celebração”), e envolverá mais de 12 mil condutores. Ao todo, serão percorridos 20.000 quilômetros por estradas e ruas brasileiras e mais 10.000 milhas aéreas, sendo uma grande excursão pelas belas paisagens e diversidade brasileiras.

O comboio que acompanhará a Tocha Olímpica será composto por mais de 300 profissionais e contará com cerca de 120 veículos, entre motocicletas, carros e ônibus. A logística, incluindo os roteiros por onde a Tocha passará nas cidades já foi definido entre a administração municipal e a equipe técnica da Rio 2016.

A passagem da Tocha Olímpica marcará uma nova oportunidade para divulgação turística do Brasil, devido a visibilidade que aos estados brasileiros será dada durante esse período. Portanto, é importante a realização de ações que possam promover o turismo interno e gerar na população o sentimento de pertencimento, agregando valor aos destinos turísticos brasileiros, impulsionando o número de viagens domésticas e inserindo definitivamente o turismo na cesta de consumo dos brasileiros.

## **2.2 Circuito Tocha Olímpica**



Fonte: Portal Eletrônico Rio 2016

Para mais informações:

<http://www.rio2016.com/>

<http://www.rio2016.com/revezamento-da-tocha/>

<http://www.rio2016.com/revezamento-da-tocha/como-funciona>

### **3. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO**

#### **3.1 Desafio Específico de Comunicação**

Deve ser desenvolvida estratégia de marketing promocional, com foco em ações promocionais, para situação-problema exposta abaixo.

### **3.2 Situação-Problema**

Cumprindo seu papel na promoção dos destinos turísticos nacionais, por meio do incentivo a viagens internas, é fundamental que o Ministério do Turismo aproveite a visibilidade em alta do país devido à realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos 2016 para mostrar aos brasileiros as experiências turísticas que o Brasil oferece e, além disso, seus produtos atraentes, diferentes, inusitados, surpreendentes e charmosos.

É importante ressaltar que o objetivo da comunicação não é promover o grande evento, mas buscar uma solução de comunicação que se beneficia – com uma real vantagem competitiva para o turismo – do cenário/clima que teremos com a circulação da Tocha Olímpica pelo país.

Aproveitando que a Tocha passará por todas as regiões brasileiras, transitando por diversos pontos turísticos do Brasil e destacando atributos que marcam o turismo em nosso país: diversidade cultural, étnica, natural e um povo acolhedor e festivo, é uma grande oportunidade de promover tais destinos.

Sendo assim, o Plano de Ação Promocional deve ser pensado de maneira a, a partir de uma pré-seleção de destinos, pelo Ministério do Turismo, por onde a Tocha passará, promover os demais destinos turísticos que fazem parte do Circuito.

Destaca-se que nas “cidades celebração” ocorrerão eventos promocionais, festivos e/ou institucionais, algumas contando inclusive com shows musicais nacionais e outras atrações. Portanto, sabendo da realização de tais eventos, é papel da agência estudar e propor a possibilidade de realização de ações promocionais ou eventos que possam complementar os eventos ou ações que já ocorrerão nesses destinos.

As ações propostas para esse evento deverão se pautar pela originalidade, criatividade, interatividade, emoção e diversidade brasileiras. Para tanto, as licitantes deverão propor a criação e o desenvolvimento de conceito para as ações do Ministério do Turismo durante o Revezamento da Tocha Olímpica.

#### **AÇÕES ESPERADAS**

Planejamento e conceituação criativa, criação de peças promocionais e de divulgação, de produção e de logística de ações promocionais, eventos promocionais e ações interativas de incentivo.

**Objetivo de comunicação:** promover os destinos turísticos que fazem parte do Circuito da Tocha Olímpica, mostrando os encantos e belezas que esses destinos tem a oferecer. Ressalta-se que o foco devem ser as experiências turísticas vivenciadas pelo viajante, pois já é senso comum na promoção do turismo no Brasil e no mundo que não existe atratividade em divulgação estática e abordagens contemplativas de paisagens.

A expectativa com esse Plano de Ação Promocional é a de construir para o turismo interno, uma ação estratégica de branding e promoção em nível nacional. É a oportunidade de uma campanha de conquista e resgate da autoestima do brasileiro, de forma empolgante e emocionante. Ele fará parte do esforço do governo em promover os valores desejados para esse período de Ano Olímpico, valorizando o sentimento de pertencimento do brasileiro pelo seu país, sempre tendo como objetivo principal a promoção dos destinos turísticos nacionais para o nosso público doméstico.

Para clarear o objetivo de comunicação, ficam abaixo expostos os principais conceitos e ideias-força que devem utilizar para a estratégia:

## **BRASIL**

- Sensacional / Deslumbrante / Encantador (I/E)
- Brasil singular e plural / Miscigenação / Diversidade\* (I/E)
- Superação (I/E)
- Orgulho / Autoestima (I)
- União / Celebração / Alegria (I/E)
- Convivência / Afetividade / Hospitalidade / Amizade (I/E)
- Brasil Potência / Excelência\* (I/E)
- Solidariedade / Generosidade (I/E)
- Criatividade / Inovação (I/E)
- Contemporâneo (I/E)
- Inclusão (I/E)
- Adaptabilidade / Flexibilidade / Resiliência / Capacidade (I/E)

O Plano de Ação Promocional deve prever realização de ações promocionais unicamente nas 45 (quarenta e cinco) cidades abaixo relacionadas:

	<b>Cidade</b>	<b>UF</b>
1	Porto Seguro	BA
2	Ilhéus	BA
3	Valença	BA
4	Vitória da Conquista	BA
5	Sobral	CE
6	São Mateus	ES
7	Vila Velha (Ponta Grossa)	ES
8	Caldas Novas	GO
9	Imperatriz	MA
10	Governador Valadares	MG
11	Juiz de Fora	MG
12	Montes Claros	MG
13	Patos de Minas	MG
14	Uberlândia	MG
15	Dourados	MS
16	Santarém	PA
17	Campina Grande	PB
18	Caruaru	PE
19	Petrolina	PE
20	Parnaíba	PI
21	Foz do Iguaçu	PR
22	Londrina	PR
23	Cascavel	PR
24	Angra dos Reis	RJ
25	Cabo Frio	RJ
26	Macaé	RJ
27	Niterói	RJ
28	Nova Friburgo	RJ
29	Petrópolis	RJ
30	Mossoró	RN
31	Caxias do Sul	RS
32	Passo Fundo	RS
33	Pelotas	RS
34	Santa Maria	RS
35	Criciúma	SC
36	Blumenau	SC
37	Joinville	SC
38	Campinas	SP
39	Ribeirão Preto	SP
40	Santos	SP
41	Bauru	SP
42	Osasco	SP
43	Presidente Prudente	SP
44	São Bernardo do Campo	SP
45	São José dos Campos	SP

**PÚBLICO-ALVO**

Viajantes domésticos e potenciais, classes ABC, ambos os sexos, com mais de 18 anos, que pretendem viajar pelo Brasil e os que já são viajantes nacionais.

**VERBA REFERENCIAL**

No cálculo da alocação dos valores para a conceituação, produção e execução do Plano de Ação de Marketing Promocional a licitante utilizará como referencial uma verba de R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais).

## ANEXO II

### PLANILHA GERAL DE PREÇOS MÁXIMOS

LINHA CRIATIVA	ESPECIFICAÇÃO	Medida	Preço Máximo admitido por demanda (R\$)
<b>Linha criativa</b>	<p><b>Ações de Promoção Pequeno Porte <sup>1</sup></b></p> <p>Desenvolvimento e apresentação de planejamento, estudo e criação de tema/conceito/identidade visual, ação promocional, incluindo os leiautes e simulações 3D e 2D necessárias para a compreensão da proposta.</p>	por ação	<b>11.187,44</b>
<b>Linha criativa</b>	<p><b>Ações de Promoção de Médio Porte <sup>2</sup></b></p> <p>Desenvolvimento e apresentação de planejamento, estudo e criação de tema/conceito/identidade visual, ação promocional, incluindo os leiautes e simulações 3D e 2D necessárias para a compreensão da proposta.</p>	por ação	<b>25.165,00</b>
<b>Linha criativa</b>	<p><b>Ações de Promoção de Grande Porte <sup>3</sup></b></p> <p>Desenvolvimento e apresentação de planejamento, estudo e criação de tema/conceito/identidade visual, ação promocional, incluindo os leiautes e simulações 3D e 2D necessárias para a compreensão da proposta.</p>	por ação	<b>52.544,76</b>
<b>Linha criativa</b>	<p><b>Ações de Promoção Especiais <sup>4</sup></b></p> <p>Desenvolvimento e apresentação de planejamento, estudo e criação de tema/conceito/identidade visual, ação promocional, incluindo os leiautes e simulações 3D e 2D necessárias para a compreensão da proposta.</p>	por ação	<b>86.867,87</b>

(1) Devem ser consideradas Ações de Promoção de Pequeno Porte, aquelas em que o valor global máximo do projeto atinja até R\$50.000,00.

(2) Devem ser consideradas Ações de Promoção de Médio Porte, aquelas em que o valor global máximo do projeto esteja entre os valores de R\$50.000,01 até R\$200.000,00.

(3) Devem ser consideradas Ações de Promoção de Grande Porte, aquelas em que o valor global máximo do projeto esteja entre os valores de R\$200.000,01 até R\$500.000,00.

(4) Devem ser consideradas Ações de Promoção de Grande Porte, aquelas em que o valor global máximo do projeto ultrapasse R\$500.000,00.

ANEXO III  
**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**  
(em papel timbrado da empresa)

Ao Ministério do Turismo  
Esplanada dos Ministérios, Bloco "U", 2º e 3º andares  
CEP 70.065-900 - Brasília/DF

Referência: Edital da Concorrência nº 01 2016

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

1. Desconto, a ser concedido ao MTur, sobre o total do Anexo II - Planilha Geral de Preços Máximos, correspondente ao valor máximo por demanda, no caso dos serviços de planejamento, criação e desenvolvimento pela CONTRATADA para campanhas promocionais, formatação do evento/ação e criação de leiaute.  
\_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);
  
2. Honorários, a serem cobrados do MTur, incidentes sobre os preços de serviços executados por fornecedores da CONTRATADA, conforme realização de campanhas promocionais, evento/ação, exceto alimentação, passagem, hospedagem, pacotes de viagens, ingressos:  
\_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);

Os dados da nossa empresa são:

- a) Razão Social: \_\_\_\_\_;
- b) CNPJ (MF) nº: \_\_\_\_\_;
- c) Representante(s) legal(is) com poderes para assinar o Contrato:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_;
- d) CPF: \_\_\_\_\_ RG: \_\_\_\_\_;
- e) Inscrição Estadual nº: \_\_\_\_\_;
- f) Endereço: \_\_\_\_\_;
- g) Fone: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_;
- h) CEP: \_\_\_\_\_;
- i) Cidade: \_\_\_\_\_ UF: \_\_\_\_\_.
- j) Banco: \_\_\_\_\_ Conta Corrente: \_\_\_\_\_ Agência: \_\_\_\_\_;
- k) Contato: \_\_\_\_\_ Fone/Ramal: \_\_\_\_\_

DECLARO ESTAR CIENTE E DE ACORDO COM TODAS AS CLÁUSULAS DO EDITAL DA CONCORRÊNCIA 01/2016

Local e data.

\_\_\_\_\_  
Nome do Representante Legal  
Cargo / CPF:



## MINISTÉRIO DO TURISMO

### Anexo IV

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº XX/2016  
PROCESSO Nº 72031.000241/2016-78

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROMOÇÃO QUE ENTRE SI CELEBRAM A UNIÃO, POR INTERMÉDIO DO MINISTÉRIO DO TURISMO E A EMPRESA....., CONFORME AVENÇADO NAS CLAUSÚLAS ABAIXO:

A **UNIÃO**, por intermédio do **MINISTÉRIO DO TURISMO**, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 05.457.283/0002-08, com sede na Esplanada dos Ministérios, Bloco “U”, 2º e 3º andares, Brasília/DF, CEP 70.065-900, doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado ....., brasileiro, residente e domiciliado nesta cidade, inscrito no CPF/MF sob o nº ....., portador da Carteira de Identidade nº ....., no uso das atribuições que lhe confere a Portaria/SE nº ....., de ....de.....de 20...e a Empresa ....., inscrita no CNPJ/MF sob o nº....., estabelecida....., doravante denominada simplesmente **CONTRATADA** estabelecida em....., na....., inscrita no CNPJ/MF sob o nº ....., doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por seu....., Senhor....., 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 especializados em Marketing Promocional, constantes no Processo Administrativo nº 72031.000241/2016-78 referente a Concorrência 01/2016, em conformidade à Lei nº 8.666/93, de 21 de junho de 1993, com suas alterações posteriores, à Lei Complementar nº 101, de 04 de maio de 2000, os Decretos nº 93.872, de 23/12/86, nº 6555 de 08 de outubro de 2008, publicado no D.O.U. de 15 de outubro de 2008, nº 2.272, de 07/7/97, nº 3.722, de 09/01/01, a Instrução Normativa MARE nº 02, de 02/11/20105, mediante as Cláusulas e condições seguintes:

### CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços especializados em marketing promocional para prestação de serviços de planejamento, conceituação criativa e execução de ação promocional, em nível nacional, a ser realizada pelo Ministério do Turismo, aproveitando a realização do Revezamento da Tocha Olímpica e Jogos Olímpicos e Paralímpicos 2016: planejamento e conceituação criativa, criação de peças promocionais e de divulgação, de produção e de logística de ações promocionais, ações interativas de incentivo, criação de

espaços e ambientações, realizadas no Brasil, tudo em conformidade com o Edital da Concorrência nº 01/2016 e seus anexos.

## **CLÁUSULA SEGUNDA -DOCUMENTOS VINCULADOS**

Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – I) Projeto Básico, consignado no Anexo I do Edital da Concorrência nº 01/2016; II) Proposta Técnica da Contratada; III) Proposta de Preços da Contratada; IV) Demais documentos e anexos vinculados ao Edital da Concorrência nº 01/2016.

a) documentos supracitados são considerados suficientes para, em complemento a este Contrato, definir a sua intenção e, desta forma, reger a execução adequada do objeto contratado dentro dos mais altos padrões da técnica atual.

b) As dúvidas por parte da **CONTRATADA**, durante a execução deste Contrato, deverão ser dirimidas pela **CONTRATANTE** de modo a atender às especificações apresentadas como condições essenciais a serem satisfeitas.

## **CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA**

O presente contrato terá vigência do dia de sua assinatura até o dia 30 de setembro de 2016, mês que marcará o fim dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

## **CLÁUSULA QUARTA – RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

As despesas a serem realizadas pela **CONTRATADA** estão estimadas em R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais), até o final da vigência do contrato.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** - O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2016 está consignado no Orçamento do Ministério do Turismo na classificação contábil Programa de trabalho 23.695.2076.20Y3.6500; PTRES: 110479; Natureza de Despesa: 33.90.009; Fonte 0100.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** - O **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

## **CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

a) Respeitar os prazos estabelecidos no Projeto Básico, no Edital e no Contrato;

**a.1) Prazo de Entrega:** o objeto desta contratação será demandado, sempre que necessário, pelo Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização do **CONTRATANTE**, por meio de Comunicação Externa, devendo ser apresentada pela **CONTRATADA**, em até 5 (cinco) dias úteis após o recebimento da demanda, a proposta criativa de formatação da ação/projeto e o seu custo global estimado.

**a.2) Prazo de Execução:** o prazo de execução será informado individualmente para cada ação/projeto e deverá acontecer na vigência do contrato, mediante cronograma físico-financeiro acordado entre as partes.

**a.3) Prazo de Vigência do Contrato:** até o dia 30 de setembro de 2016, mês que marcará o fim dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

**a.4)** Eventualmente, as demandas poderão ser solicitadas com prazo menor que o estipulado no subitem **a.1)**, casos em que serão negociados entre o **CONTRATANTE** e a **CONTRATADA**.

b) Manter equipe habilitada para cumprimento do objeto da licitação, com estrutura suficiente para atender às necessidades administrativas e de atendimento e com alocação dos perfis necessários, dimensionados a partir de acordo entre as partes do contrato.

c) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferir ao **CONTRATANTE** as vantagens obtidas.

d) Manter sigilo de dados, informações, estratégias de atuação e organização de trabalho realizado em conjunto com o **CONTRATANTE**, responsabilizando-se por eventuais danos causados ao **CONTRATANTE**.

d.1) A estrutura de atendimento deve contar, minimamente, com:

d.1.1) 01 (um) Diretor Geral;

d.1.2) 02 (dois) Profissionais de Planejamento;

d.1.3) 04 (quatro) Profissionais de Atendimento;

d.1.4) (dois) Diretores de Arte;

d.1.5) 02 (dois) Redatores;

d.1.6) 02 (dois) Produtores;

d.1.7) 01 (um) Revisor.

e) A **CONTRATADA** deve comprovar essa condição no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos a contar da assinatura do contrato.

f) A estrutura mínima de atendimento não precisa ser exclusiva para o **CONTRATANTE**.

g) Sem prejuízo das disposições legais, compete à **CONTRATADA** o cumprimento das responsabilidades previstas no Contrato, além de ficar obrigada a:

h) Não subcontratar na integralidade o objeto deste Contrato;

i) Não transferir sua responsabilidade a terceiros sob nenhum pretexto;

j) Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas (sem quaisquer ônus para o **CONTRATANTE**), no total ou em parte, o objeto deste Contrato nas situações em

que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou de materiais empregados;

- k) Dar ciência ao **CONTRATANTE**, imediatamente e por escrito, de qualquer anormalidade que verificar na execução dos serviços.
- l) Prestar os esclarecimentos que forem solicitados pelo **CONTRATANTE**, cujas reclamações obriga-se a atender prontamente.
- m) Assumir todos os gastos e despesas que fizer para o adimplemento das obrigações decorrentes do Contrato, incluindo os custos de eventuais deslocamentos;
- n) Manter, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de qualificação técnica e econômico-financeira exigidas na licitação;
- o) Realizar os serviços para os quais foi contratada de acordo com o estabelecido no Contrato e em observância às recomendações aceitas pela boa técnica e às normas e legislação;
- p) Cumprir rigorosamente os prazos acordados em cronograma definido entre as partes a partir da aprovação da linha criativa zelando pela entrega pontual das atividades que lhe forem demandadas;
- q) Assumir inteira responsabilidade civil e administrativa por quaisquer danos e prejuízos, materiais e/ou pessoais, causados por seus empregados ao **CONTRATANTE** ou a terceiros;
- r) Assumir a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica em acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados em serviço, ou em conexão com eles;
- s) Responsabilizar-se por eventuais ônus decorrentes do inadimplemento de quaisquer obrigações com terceiros;
- t) Arcar com as despesas decorrentes de qualquer infração, seja qual for, desde que praticada por seus técnicos durante a execução dos serviços;
- u) Responsabilizar-se por qualquer ação, na Justiça do Trabalho ou outro foro competente, movida por seus funcionários ou contratados;
- v) Garantir que seus profissionais cumpram todas as normas do **CONTRATANTE** aplicáveis à execução do Contrato.
- w) Fiscalizar o perfeito cumprimento dos serviços contratados, independentemente da que será exercida pelo **CONTRATANTE**, cabendo-lhe integralmente os ônus decorrentes.
- x) Os profissionais necessários para prestação dos serviços deverão estar sob responsabilidade da **CONTRATADA** e em conformidade com a legislação trabalhista vigente.
- y) Também constitui responsabilidade da **CONTRATADA** os pagamentos dos encargos sociais previstos na legislação vigente e de quaisquer outros, em decorrência da sua condição de empregadora, sem qualquer solidariedade do **CONTRATANTE**.
- z) A **CONTRATADA** deve estruturar-se de modo compatível e prover toda a infraestrutura necessária à prestação dos serviços previstos em Contrato, com a qualidade e rigor exigidos,

garantindo a plena operacionalidade, inclusive considerados os casos de greve ou paralisação de qualquer natureza.

- a.a) A **CONTRATADA** responderá 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 certame.
- a.b) Quando forem usadas imagens, textos, referências e citações de autores, além de cumprir a legislação aplicável sobre direitos autorais, deve-se garantir que os devidos créditos sejam concedidos.
- a.c) Nenhum contratado ou empregado da **CONTRATADA** terá vínculo empregatício com o **CONTRATANTE**.
- a.d) A falta de material ou pessoal não poderá ser alegada como motivo de força maior e não eximirá a **CONTRATADA** das penalidades a que está sujeita pelo não cumprimento das obrigações estabelecidas neste instrumento.
- a.e) A **CONTRATADA** deverá substituir, imediatamente, sem qualquer ônus para o **CONTRATANTE**, todo material, equipamento ou prestação de serviço, quando constatado mal funcionamento, defeito ou divergência do que foi solicitado.
- a.f) Caso não haja a substituição do material, equipamento ou prestação de serviço, a **CONTRATADA** estará sujeita às penalidades previstas na cláusula décima segunda deste Contrato.
- a.g) A **CONTRATADA** deve estar ciente de que todos os materiais promocionais a serem produzidos serão precedidos de apresentação de leiaute para aprovação do **CONTRATANTE** e, quando possível e necessário, por protótipo.
- a.h) A **CONTRATADA** é responsável pelo armazenamento e conservação dos materiais a serem utilizados nos eventos/ações sendo que só será permitida a utilização dos mesmos quando em seu perfeito estado.
- a.i) A **CONTRATADA**, ao receber convocação de reunião por e-mail pela área demandante, antes da realização de alguma ação/evento, para receber as orientações e informações que se fizerem necessárias, deverá arcar com quaisquer despesas, seja de deslocamento, hospedagem ou outro que se fizer necessária não cabendo ao **CONTRATANTE** o ressarcimento de tais despesas.
- a.j) Ao final de cada evento/ação a **CONTRATADA** deverá informar ao **CONTRATANTE** a respeito das sobras de materiais passíveis de reutilização, apresentando um relatório com os materiais devidamente relacionados e quantificados e, quando solicitado pelo **CONTRATANTE**, providenciar o recolhimento, transferência ou devolução dos mesmos, sem ônus para o **CONTRATANTE**.
- a.k) Todos os ambientes/espacos utilizados deverão ser devidamente conservados pela **CONTRATADA**, antes, durante e após o evento, até a sua devolução.
- a.l) Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na alínea d.1 – da Cláusula Quinta, para fins de comprovação da capacidade de atendimento,

admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao **CONTRATANTE**.

- a.m) Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao **CONTRATANTE**:
- a.n) Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- a.o) Toda e qualquer contratação de fornecedores bem como a execução de qualquer serviço que envolva desembolso de recursos deverá ter a prévia e expressa autorização do **CONTRATANTE**.
- a.p) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores, de modo a comprovar que os preços estabelecidos estão em conformidade com os preços de mercado;
- a.q) Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e globais e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- a.r) A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (Razão social, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação (representante);
- a.s) O **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo e a seu critério, fazer a verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado e levantar orçamentos para a execução dos serviços objeto do Contrato, sem a intermediação da **CONTRATADA**, podendo ainda utilizar sistemas de referência de preço do Governo Federal para realizar tal verificação;
- a.t) A **CONTRATADA** obriga-se a sempre buscar o menor preço com a melhor qualidade para a execução dos serviços objeto do contrato firmado entre as partes.
- a.u) Quando da contratação de fornecedores de bens ou serviços necessários para a fiel execução do contrato, a **CONTRATADA** obriga-se a exigir destes as mesmas condições do contrato firmado com o **CONTRATANTE**, respondendo totalmente por todas as infrações eventualmente cometidas.
- a.v) Os orçamentos deverão ser originais e devidamente assinados pelos respectivos representantes das empresas fornecedoras.
- a.w) Fica vedada a subcontratação, direta ou indireta, de empregado, sócio ou dirigente da **CONTRATADA**, assim como de empresas/fornecedores onde os mesmos mantenham participação societária, vínculo comercial ou tenham grau de parentesco até o terceiro grau.
- a.x) Os preços propostos para a realização de quaisquer serviços são de exclusiva responsabilidade da **CONTRATADA**, não lhes cabendo o direito de pleitear nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- a.y) No caso de subcontratação de serviços de terceiros que se fizerem necessários, será vedado o faturamento direto por parte do subcontratado ao **CONTRATANTE**, haja vista a relação jurídica ser estabelecida única e exclusivamente com a empresa Registrada e Contratada.

- a.x) Não é admitida a contratação de fornecedores pela **CONTRATADA** para a execução dos serviços de planejamento estudo, linha criativa e leiaute.
- a.z) Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do **CONTRATANTE**, sem ônus para este: cópia em CD ou DVD dos materiais promocionais (leiautes e simulações 3D e/ou 2D), com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizados.
- b.a) 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 na alínea a.z).
- b.b) Orientar a produção e distribuição das peças promocionais aprovadas pelo **CONTRATANTE**.
- b.c) O material promocional a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo **CONTRATANTE** e sua produção dar-se-á a partir dos materiais mencionadas na alínea “a” e “g”).
- b.d) Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou por fornecedores e veículos por ela contratados.
- b.e) Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do **CONTRATANTE**, mediante sua prévia e expressa autorização.
- b.f) Prestar esclarecimentos ao **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.
- b.g) Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- b.h) Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação.
- b.i) 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.
- b.j) Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- b.k) 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.
- b.l) 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.

- b.m) Apresentar, quando solicitado pelo **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- b.n) 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**.
- b.o) 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**.
- b.q) 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.
- b.r) 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**.
- b.s) 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.
- b.t) 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.
- b.u) 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.
- b.v) Não manter, na vigência deste contrato, nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de organização concorrente do **CONTRATANTE**.
- b.w) Informar à **CONTRATANTE** os pagamentos feitos a fornecedores a cada ordem bancária de pagamento emitida pela **CONTRATANTE** e encaminhar relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior, nos termos da Cláusula Décima deste contrato.

## **CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

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

b) 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;

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

d) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

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

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

g) A juízo do **CONTRATANTE**, o Plano de Ação Promocional integrante da Proposta Técnica que a **CONTRATADA** apresentou na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

#### **CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

a) O **CONTRATANTE** verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo não aceitar determinado serviço, no todo ou em parte, quando não corresponder ao desejado ou especificado. A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do **CONTRATANTE**.

b) O responsável pelo acompanhamento e fiscalização da execução dos serviços contratados será um representante devidamente designado do Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização do **CONTRATANTE**.

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

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

e) A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, às suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

f) A ausência de comunicação por parte do **CONTRATANTE**, referente a irregularidade ou falhas, não exime a **CONTRATADA** das responsabilidades determinadas no contrato.

g) A fiscalização de que trata este item não excluirá e nem reduzirá a responsabilidade da **CONTRATADA** por danos causados ao **CONTRATANTE** ou a terceiros, decorrentes de ato ilícito na execução do Contrato, ou por qualquer irregularidade e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade do **CONTRATANTE**.

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

j)A **CONTRATADA** somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal, por meio de Ordem de Serviço, do **CONTRATANTE**, observadas as condições específicas previstas no Projeto Básico, Edital ou neste Contrato.

l)Ao **CONTRATANTE** é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste Contrato, por meio do Gestor titular, seu substituto ou qualquer outro especialmente designado, juntamente com um representante credenciado pela **CONTRATADA**.

#### **CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO**

a)Honorários de \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento), a serem cobrados do **CONTRATANTE**, incidentes sobre os preços de serviços executados por fornecedores da **CONTRATADA**, conforme realização de campanhas promocionais, evento/ação, exceto alimentação, passagem, hospedagem, pacotes de viagens, ingressos:

b).....(..... por cento) dos valores previstos na Tabela de Preços Máximos (Anexo II do Edital 01/2016), a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços de planejamento, criação e desenvolvimento pela **CONTRATADA** para campanhas promocionais, formatação do evento/ação e criação de leiaute.

c)Os leiautes, planejamentos, criações, formatações de eventos e demais serviços reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

d)Os honorários de que trata a alínea “a” serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não será acrescido o valor dos tributos, cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

e)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**.

f)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

#### **CLÁUSULA NONA – DIREITOS AUTORAIS**

- a) Fica estabelecido que todos os trabalhos produzidos no âmbito desta contratação são de propriedade do **CONTRATANTE**, ficando a esse reservados os direitos autorais e de uso de imagem na forma prevista na legislação vigente.
- b) O **CONTRATANTE** possui banco de imagens próprio e a **CONTRATADA** só deverá propor a aquisição de imagens de terceiros no caso de insuficiência ou inadequação das imagens da **CONTRATANTE**.
- c) Quando a **CONTRATADA**, por intermédio de seu diretor, empregados ou quaisquer prepostos, desempenhar atribuições caracterizadas como de concepção, criação ou produção intelectual, artística ou técnica, os direitos autorais sobre as obras resultantes de sua atividade serão cedidos e pertencerão exclusivamente ao **CONTRATANTE**, conforme o pactuado por meio do presente instrumento, de acordo com o artigo 49 e seguintes e parágrafo único do art. 11 da Lei 9.610/98.
- c.1) O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula Oitava deste Contrato.
- c.2) O **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, seus empregados, prepostos ou subcontratados.
- d) Fica certo e ajustado entre as partes que a **CONTRATADA** não poderá reproduzir o trabalho realizado em virtude do presente instrumento por qualquer forma ou a qualquer título, exceto como divulgação de seu trabalho em apresentações da própria empresa.
- e) Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a **CONTRATADA** solicitará de cada subcontratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a **CONTRATANTE** escolha uma das opções.
- f) Nos casos de cessão por tempo limitado, a **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pelo **CONTRATANTE** em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas na Proposta de Preços.
- g) Quando a **CONTRATANTE** optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a **CONTRATADA** se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros - para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços - cláusulas escritas que:
- g.1) Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes e demais trabalhos assemelhados;
- g.2) Estabeleçam que o **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a

vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

- h) Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado - será sempre considerada como já incluída no custo de produção.
- i) A **CONTRATADA** deverá apresentar documento formal de cessão dos direitos patrimoniais de uso dos conteúdos ou materiais adquiridos/produzidos ao **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba quaisquer ônus perante os cedentes desses direitos.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

- a) Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** deverá apresentar:
  - a.1) a correspondente Nota Fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do **CONTRATANTE**, CNPJ nº, da qual constará o número deste contrato, os serviços devidamente discriminados e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;
  - a.2) a primeira via do documento fiscal do fornecedor;
  - a.3) os documentos de comprovação da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.
- b) Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE**, no seguinte endereço: Ao Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização, Sala 1009, 10º Andar, Anexo ID – SCN Quadra 6 Bloco A, Asa Norte – Brasília-DF.
- c) O Gestor deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.
- d) A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da **CONTRATADA**:
  - d.1) serviços executados pela **CONTRATADA**;
  - d.2) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas “a.1”, “a.2” e “a.3” da alínea “a”;
  - d.3) execução de serviços internos (planejamento, criação e desenvolvimento para campanhas promocionais, formatação do evento/ação e criação de leiaute): apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas “a.1” e “a.3” da alínea “a”.
- e) serviços especializados prestados por fornecedores:

e.1) produção e execução técnica de peças e ou materiais promocionais, execução de eventos, entre outros: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas “a.1”, “a.2” e “a.3” da alínea “a”;

f) O pagamento das despesas será feito em até 30 (trinta) dias corridos após a apresentação dos documentos previstos nas alíneas “a” e “d”.

e) Havendo erro na nota fiscal/fatura ou circunstância de execução técnica que impeça a liquidação da despesa, aquela será devolvida à empresa pelo responsável pelo recebimento e o pagamento ficará pendente, até que a mesma providencie as medidas saneadoras; nesta hipótese, o prazo para pagamento se iniciará após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal, não acarretando qualquer ônus para o **CONTRATANTE**.

f) Antes da efetivação dos pagamentos, será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA** no SICAF, através de consulta on-line. Se a **CONTRATADA** não estiver cadastrada no SICAF, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, 83 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.

g) 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.

g.1) Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

g.2) 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. Desde que haja motivo justificado e que não tenha sido o eventual atraso causado pela **CONTRATADA**.

h) 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.

i) 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.

j) Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela **CONTRATADA**, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pelo **CONTRATANTE**.

- j.1) Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.
- j.2) A **CONTRATADA** apresentará ao **CONTRATANTE** relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente.
- k) 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 e obedecidos os prazos legais.
- l) Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – GARANTIA**

A **CONTRATADA** deverá prestar garantia no valor correspondente a **2% (dois por cento)** do valor total do contrato, podendo optar por uma das modalidades de que trata o § 1º do artigo 56 da Lei 8.666/93.

- a): 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 93.872/86, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.
- b) Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:
- c) Seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- d) A apólice deverá indicar ao **CONTRATANTE** como beneficiário;
- e) Não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses do **CONTRATANTE**.
- f) Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:
- g) Prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- h) Expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao **CONTRATANTE**, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- i) Renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- j) Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.
- l) Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

m) ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser reconhecido pelo Governo Federal, constando entre aqueles previstos na legislação específica;

n) 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 **CONTRATANTE** recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 8.666, de 1993 e da Lei nº 10.520, de 2002, a **CONTRATADA** que:

- a) inexecutar total ou parcialmente qualquer das obrigações assumidas em decorrência da contratação;
- b) ensejar o retardamento da execução do objeto;
- c) fraudar na execução do contrato;
- d) comportar-se de modo inidôneo;
- e) cometer fraude fiscal; e
- g) não mantiver a proposta.

**PARAGRAFO PRIMEIRO - A CONTRATADA** que cometer qualquer das infrações discriminadas nos subitens acima ficará sujeita, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, garantido o contraditório e à prévia defesa, às seguintes sanções:

- a) advertência por faltas leves, assim entendidas aquelas que não acarretem prejuízos significativos para o **CONTRATANTE**;
- b) multa moratória de 2% (dois por cento) sobre o valor da parcela inadimplida;
- c) multa compensatória de 10% (cinco por cento) sobre o valor total do Contrato, no caso de inexecução total do objeto;
- d) em caso de inexecução parcial, a multa compensatória, no mesmo percentual do subitem acima, será aplicada de forma proporcional à obrigação inadimplida;
- e) suspensão de licitar e impedimento de contratar com o órgão, entidade ou unidade administrativa pela qual a Administração Pública opera e atua concretamente, pelo prazo de até dois anos;
- f) impedimento de licitar e contratar com a União com o consequente descredenciamento no SICAF pelo prazo de até cinco anos;
- g) 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 **CONTRATANTE** pelos prejuízos causados;

**PARAGRAFO SEGUNDO** Também ficam sujeitas às penalidades do art. 87, III e IV da Lei nº 8.666, de 1993, a **CONTRATADA** que:

- a) tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meio dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- b) tenha praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;
- c) demonstre não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

**PARAGRAFO TERCEIRO** - A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa à **CONTRATADA**, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993, e subsidiariamente a Lei nº 9.784, de 1999.

**PARAGRAFO QUARTO** - A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à **CONTRATANTE**, observado o princípio da proporcionalidade.

**PARAGRAFO QUINTO** - As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF.

### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – RESCISÃO**

A inexecução total ou parcial deste Contrato ensejará a sua rescisão, conforme disposto nos artigos 77 a 80, da Lei nº 8.666/93, com suas posteriores alterações.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO.** Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

**PARÁGRAFO SEGUNDO.** A rescisão deste Contrato poderá ser:

- a) determinada por ato unilateral do **CONTRATANTE**, na ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nos incisos I a XII e XVII, do art. 78, da Lei nº 8.666/93, com suas posteriores alterações, notificando-se a **CONTRATADA** com antecedência, mínima, de 30 (trinta) dias corridos;
- b) amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo, desde que haja conveniência para o **CONTRATANTE**; ou
- c) judicial, nos termos da legislação.

**PARÁGRAFO TERCEIRO.** A rescisão administrativa ou amigável será precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente, observados o contraditório e a ampla defesa.

### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DOS CASOS OMISSOS**

Os casos omissos ou situações não explicitadas nas Cláusulas deste Instrumento serão resolvidos pelo **CONTRATANTE**, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código do Consumidor e em normas e princípios gerais dos contratos.

### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA PUBLICAÇÃO**

O **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste Contrato no Diário Oficial da União, no prazo de até vinte dias da data de sua assinatura, conforme dispõe o art. 20, do Decreto nº 3.555/2000, atualizado.

### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DO FORO**

Fica eleito o Foro da Seção Judiciária do Distrito Federal para dirimir quaisquer questões oriundas do presente Contrato, que não possam ser solucionadas na forma prevista na Cláusula Décima Quarta

E, assim, por estarem de pleno acordo, após lido e achado conforme, as partes firmam o presente Contrato, em 02 (duas) vias, de igual teor e forma, para um só efeito, na presença de 02 (duas) testemunhas, que também o subscrevem.

Brasília, de de 2016.

---

PELO CONTRATANTE

---

PELA CONTRATADA

### **TESTEMUNHAS:**

---

Nome:  
CPF:

---

Nome:  
CPF:

**ANEXO V**  
**CONCORRÊNCIA Nº 01/2016**

**MODELO DE PROCURAÇÃO**

**Outorgante**

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

**Outorgado**

O representante devidamente qualificado

**Objeto**

Representar a outorgante na Concorrência nº 01/2016.

**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 2016

**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.



**MINISTÉRIO DO TURISMO  
SECRETARIA-EXECUTIVA  
DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO  
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

**ANEXO VI DO EDITAL**

TERMO DE RECEBIMENTO DO EDITAL DA CONCORRÊNCIA DO TIPO MELHOR TÉCNICA Nº 01/2016

EMPRESA: \_\_\_\_\_  
ENDEREÇO: \_\_\_\_\_  
CNPJ/MF DA EMPRESA: \_\_\_\_\_  
TELEFONE: \_\_\_\_\_  
FAX: \_\_\_\_\_  
E-MAIL: \_\_\_\_\_

Recebi do Ministério do Turismo, cópia do Edital da Concorrência do Tipo Melhor Técnica nº 01/2016, cujos envelopes com as Propostas Técnicas e Proposta de Preços serão recebidos pelo Presidente da CEL às 10hs00min do dia 07/04/2016, no auditório do térreo do Bloco “U” da Esplanada dos Ministérios, em Brasília-DF.

Brasília, de ..... de 2016.

\_\_\_\_\_  
Nome/Cargo do Representante da Empresa

Senhor Licitante, visando a comunicação futura entre este Ministério e essa empresa, solicito o preenchimento LEGÍVEL E CORRETO do termo de recebimento do edital e remeter à Comissão, por meio do e-mail: [cpl@turismo.gov.br](mailto:cpl@turismo.gov.br).

**A falta da remessa do termo exime a Administração da comunicação de eventuais retificações ocorridas no instrumento convocatório e de quaisquer informações adicionais.**