



**MINISTÉRIO DO TURISMO**

**EDITAL**

**CONCORRÊNCIA Nº 01/2012**

Processo nº 72031. 010779/2011-86

**CONCORRÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**

## SUMÁRIO

<b>Edital</b>	<b>Página</b>
1. Disposições iniciais	04
2. Recebimento e abertura das Propostas e Documentos	04
3. Objeto	05
4. Retirada do Edital	06
5. Informações e esclarecimentos sobre o Edital	06
6. Impugnação do Edital	07
7. Condições de participação	08
8. Credenciamento de representantes	09
9. Entrega da Proposta Técnica	09
10. Entrega da Proposta de Preços	11
11. Apresentação e elaboração da Proposta Técnica	12
12. Julgamento das Propostas Técnicas	21
13. Apresentação e Elaboração da Proposta de Preços	26
14. Valoração das Propostas de Preços	27
15. Julgamento final das Propostas	29
16. Entrega e forma de apresentação dos Documentos de Habilitação	29
17. Análise dos Documentos de Habilitação	35
18. Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica	36
19. Procedimentos licitatórios	36
20. Homologação e adjudicação	43
21. Divulgação dos atos licitatórios	43
22. Recursos administrativos	44
23. Recursos orçamentários	44
24. Condições contratuais	45
25. Garantia	47
26. Remuneração e pagamento	48
27. Fiscalização	48
28. Sanções administrativas	48
29. Disposições finais	49

<b>Briefing (Anexo I)</b>	52
<b>Modelo de Procuração (Anexo II)</b>	62
<b>Planilha de Preços Sujeitos a Valoração (Anexo III)</b>	63
<b>Minuta de Contrato (Anexo IV)</b>	64
<b>Termo de Recebimento do Edital da Concorrência nº 01/2012 (Anexo V)</b>	90



## MINISTÉRIO DO TURISMO

### EDITAL DE CONCORRÊNCIA DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE CONCORRÊNCIA DO TIPO MELHOR TÉCNICA Nº 01/2012

#### 1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 O Ministério do Turismo, doravante denominado MTur, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, instituída pela Portaria Nº 27, de 15 de dezembro de 2011, torna público aos interessados que realizará concorrência do tipo **melhor técnica**, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

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

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

#### 2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

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

- Dia: **10/09/2012**
- Hora: **09h30min**
- Local: Esplanada dos Ministérios, Bloco "U", Auditório do Térreo.

2.1.1 Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local indicados no item 2.1 deste Edital.

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

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

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

### **3. OBJETO**

3.1 O objeto da presente concorrência é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;

b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

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

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

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

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

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

3.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 3.1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

3.2 Para a prestação dos serviços serão contratadas duas agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

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

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

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

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

#### **4. RETIRADA DO EDITAL**

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

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

5.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 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)

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

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

5.1.1.2 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> e no [www.comprasnet.gov.br](http://www.comprasnet.gov.br).

5.1.2 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.

5.1.3 Qualquer solicitação de esclarecimentos fora do prazo estipulado no subitem 5.1, a Comissão Especial de Licitação não se responsabilizará em respondê-las.

## **6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

6.1 Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 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, 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.

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

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

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

## **7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

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

7.2 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o MTur;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) que estiver reunida em consórcio.

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

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

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



## **8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

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

8.1.1 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, 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.

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

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

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

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

## **9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

### **Invólucro nº 1**

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

9.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo Ministério do Turismo( MTur).

9.1.1.1.1 O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira, das 09h às 12h e das 14h às 17h30min, no Ministério do Turismo, na sala 232, 2º andar do bloco U da Esplanada dos Ministérios.

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

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

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

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

### **Invólucro nº 2**

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

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

Ministério do Turismo  
Invólucro nº 2  
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada  
Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência nº 01/2012

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

### **Invólucro nº 3**

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

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

Ministério do Turismo

Invólucro nº 3

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº01/2012

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

9.1.3.3 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (**Invólucro 1**) e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

## **10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

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

### **Invólucro nº 4**

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

Ministério do Turismo

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2012

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

## 11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

### **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**

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

- \* em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- \* com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- \* sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- \* com textos justificados;
- \* com espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

\* com texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto na alínea 'b' do subitem 11.2.1;

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

\* em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;

\* capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;

\* sem identificação da licitante.

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

a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';

c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. As áreas ocupadas das duas páginas serão consideradas no cômputo do limite previsto no subitem 11.2.6.

11.2.2 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 13.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.3.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

11.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do MTur, 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 e, principalmente, sobre o desafio de comunicação a ser enfrentado.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) roteiro, leiaute e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

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

b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

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

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

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

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça. Em caso de eventual apresentação dessa proposta de *hotsite*, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.3.3.2.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'g' do subitem 11.3.3.3.2, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.3.3.3 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3.

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

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



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

11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing (item 10), sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

11.3.4.3 Nessa simulação:

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

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

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

#### **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

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

#### **Capacidade de Atendimento**

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

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

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

11.5.3 A licitante deverá apresentar a Capacidade de Atendimento com o máximo de 120 (cento e vinte) páginas..

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

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

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e

planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

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

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

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

### **Repertório**

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

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

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

11.7.3 A licitante deverá apresentar o Repertório com o máximo de 120 (cento e vinte) páginas..

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

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

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

11.9.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não

Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

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

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

### 12.2.1 Plano de Comunicação Publicitária

#### 12.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- 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 publicitária;
- 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.
- e) do desafio de comunicação a ser enfrentado pelo MTur e do objetivo de comunicação a ser alcançado.
- f) das necessidades de comunicação do MTur para enfrentar esse desafio.

#### 12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do MTur e a seu desafio de comunicação.
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do MTur com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação do MTur e alcançar os objetivos de comunicação expressos no Briefing;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o MTur, o mercado no qual se insere, o desafio de comunicação e os objetivos de comunicação expressos no Briefing, seus públicos e a verba disponível.

### 12.2.1.3 Ideia Criativa

- a) sua adequação ao desafio de comunicação do MTur;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades do MTur e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

### 12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do MTur;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

### 12.2.2 Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do MTur;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre o MTur e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do MTur, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

#### 12.2.3 Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

#### 12.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)
  - a1) Raciocínio Básico: 10 (dez)



a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco)

a3) Ideia Criativa: 20(vinte)

a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez)

b) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

c) Repertório: 10(dez)

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

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

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

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

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

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

12.4 Será desclassificada a Proposta que:

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

b) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;

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

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

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

### **13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

13.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente, 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) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 13.2 e 13.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

c) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 13.2 e 13.3.

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

13.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelo MTur:

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

a2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.

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

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

13.4 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.

## **14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

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

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

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

a) desconto inferior a 50% ( cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

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

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

d) percentual de honorários superior a 9% (nove por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

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

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

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

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 14.3	$P1 = 1,0 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 14.3	$P2 = 2,0 \times (4,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 14.3	$P3 = 4,0 \times (4,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 14.3	$P4 = 4,0 \times (9,0 - \text{Honorários})$

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

14.4.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.4.1, como segue:  $P = P1 + P2 + P3 + P4$ .

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

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

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

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

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

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

## **15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

15.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica.

15.2 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as duas licitantes que obtiverem as maiores notas no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos **subitens 12.5 e 12.6** deste Edital – e que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

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

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

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

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

Ministério do Turismo

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2012

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

16.1.4 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. Só serão aceitas

cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

16.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 16.2.1 a 16.4 ou nos subitens 16.5 a 16.5.1.

### **16.2.1 Habilitação Jurídica**

a) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

b) registro comercial, em caso de empresa individual;

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

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

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

### **16.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista**

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

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

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

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

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

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

g) prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.

16.2.2.1 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

### **16.2.3 Qualificação Técnica:**

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

### **16.2.4 Qualificação Econômico-financeira:**

a) Certidão Negativa de falência, concordata ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a1) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

b) Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) 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;

b2) entenda-se por “na forma da lei”:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969);

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976);

III - sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

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

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

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

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

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

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

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

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



b) das demonstrações contábeis referidas na alínea 'b1' do subitem 16.2.4, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

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

16.2.4.2 Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.4.1 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.

16.2.4.3 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 16.2.4.1, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 5 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de **R\$ 2.000.000,00** (dois milhões de reais).

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

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

#### DECLARAÇÃO

Referente: Concorrência nº 01/2012 - 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 16.06.09:

Declaração de Elaboração Independente de Proposta  
Concorrência nº 01/2012

(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 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)

16.3 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 16.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao Mtur a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

16.4 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.

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

c) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 16.2.5;

d) comprovação de que possui patrimônio líquido mínimo de **R\$ 2.000.000,00** (dois milhões de reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem 17.2 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um).

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

16.5.2 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.

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

17.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 16 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 17.1.1.

17.1.1 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 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.

17.2 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 02/2010.

## **18. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

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

18.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou atuantes em uma dessas áreas conforme estabelece a Lei Nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

18.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica deu-se por sorteio, em sessão pública, cujo resultado foi publicado no Diário Oficial da União – seção 03, no dia 20 de março de 2012 onde foram obedecidos todos os procedimentos legais estabelecidos na Lei Nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

## **19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

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

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

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

19.1.3 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, 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.

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

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

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

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

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

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

### **Primeira Sessão**

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

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

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

a) estiver identificado;

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

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

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

19.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

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

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

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

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

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

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

19.2.2.2 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Especial de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

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

19.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 19.2.6 e seguintes.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### **Segunda Sessão**

19.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.6, quando for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes



classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei nº 8.666/1993;

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

### **Terceira Sessão**

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

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) realizar com as duas licitantes mais bem classificadas na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) realizar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços as duas licitante mais bem classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado

a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei nº 8.666/1993.

19.4.1 Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas alíneas 'f' e 'g' do subitem 19.4 apenas os preços sujeitos a valoração, integrantes da Planilha que constitui o **Anexo III**. Portanto, os percentuais de que tratam os subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 da minuta de contrato (**Anexo IV**) corresponderão aos percentuais estabelecidos pelas próprias licitantes vencedoras em suas Propostas de Preços, nas declarações a que se referem, respectivamente, as alíneas 'a1' e 'a2' do subitem 13.3 deste Edital.

#### **Quarta Sessão**

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

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

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

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

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

e) informar:

e1) o resultado da habilitação;

e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5

(cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;

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

19.5.1 Será impressa a Declaração referente à situação de cada licitante que optou por comprovar sua habilitação parcial via SICAF, conforme previsto nos subitens 16.5 e 17.2 deste Edital, a qual será assinada pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

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

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

## 20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a **autoridade competente** homologará o resultado desta concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 29.11 deste Edital.

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

## 21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

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

- a) nas sessões de abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial da União;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

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

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

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

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

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

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

## **23. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

23.1 As despesas com os dois contratos resultantes desta concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ 50.000.000,00(cinquenta milhões de reais).

23.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2011 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

23.3 Se o MTur optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

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

## **24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

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

24.1.1 Se qualquer das duas licitantes vencedoras não comparecer, nos prazos estipulados no subitem 24.1, para assinar o contrato e 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 que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

24.2 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.

24.3 O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

24.3.1 Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo do MTur, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

24.4 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.

24.5 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.

24.6 Às contratadas poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993 e no contrato a ser firmado entre as partes.

24.7 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.

24.8 Obriga-se também a cada uma das duas contratadas 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.

24.9 Cada uma das duas contratadas, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos ao MTur sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

24.10 Cada uma das duas contratadas só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome do MTur, se houver expressa autorização deste.

24.11 É vedado à cada uma das duas contratadas caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente concorrência para qualquer operação financeira.

24.12 Cada uma das duas contratadas se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

24.13 O MTur avaliará, semestralmente, os serviços prestados por cada uma das duas contratadas, nos termos do subitem 7.10 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

24.14 Ambas as contratadas centralizarão o comando da publicidade do MTur em Brasília/DF, onde, para esse fim, manterá filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 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.

24.14.1 No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, ambas as contratadas deverão comprovar que possuem, em

Brasília/DF, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao MTur.

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

## **25. GARANTIA**

25.1 Será exigida, para a assinatura do contrato, prestação de garantia em favor do MTur, correspondente a 2 % (dois por cento) do valor mencionado no subitem 23.1 deste Edital, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha de cada uma das licitantes vencedoras:

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

25.2 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/86, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

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

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

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

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 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.

25.5 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.

## **26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO**

26.1 A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (**Anexo IV**), consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 19.4, alíneas 'f' e 'g', deste Edital.

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

## **27. FISCALIZAÇÃO**

27.1 O Gestor titular para executar a fiscalização dos contratos resultantes desta concorrência será o Diretor de Marketing e Publicidade do Mtur e seu substituto será o Coordenador-Geral de Marketing e Publicidade que deverão registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

## **28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

28.1 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas contratadas, 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 Terceira da minuta de contrato **(Anexo IV)**.

28.2 Se qualquer das duas licitantes vencedoras 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.

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

## **29. DISPOSIÇÕES FINAIS**

29.1 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.

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

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

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

29.3 Até a assinatura 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.

29.3.1 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.

29.4 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.

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

29.6 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.

29.7 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.

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

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

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

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

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

29.13 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.

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

29.15 Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Modelo de Procuração;
- c) Anexo III: Planilha de Preços Sujeitos a Valoração;
- d) Anexo IV: Minuta de Contrato;
- e) Anexo V: Termo de Recebimento do Edital de Concorrência nº 01/2012

Brasília, 25 de julho de 2012

José Reinaldo Rodrigues de Freitas  
Presidente Comissão Especial de Licitação

# ANEXO I

## BRIEFING

### 1. Situação Geral – Turismo

O Brasil possui uma grande riqueza natural, cultural e ambiental para ser um destino turístico competitivo. Alguns elementos associados fazem deste país um território com inúmeros atrativos tendo na diversidade o principal instrumento de sua potencialidade. Múltiplas são as opções para cativar turistas e visitantes: praias, montanhas, rios, florestas, cidades históricas, festivais, gastronomia, modalidades esportivas e de aventura, além de um povo hospitaleiro e alegre. Tudo isso compõe um cenário que atende às mais variadas expectativas de demandas turísticas que caracterizam os diversos segmentos: Ecoturismo; Turismo Rural; Turismo de Aventura; Turismo de Pesca; Sol e Praia, Turismo Náutico; Turismo de Negócios e Eventos; Turismo Social e Cultural, entre outros.

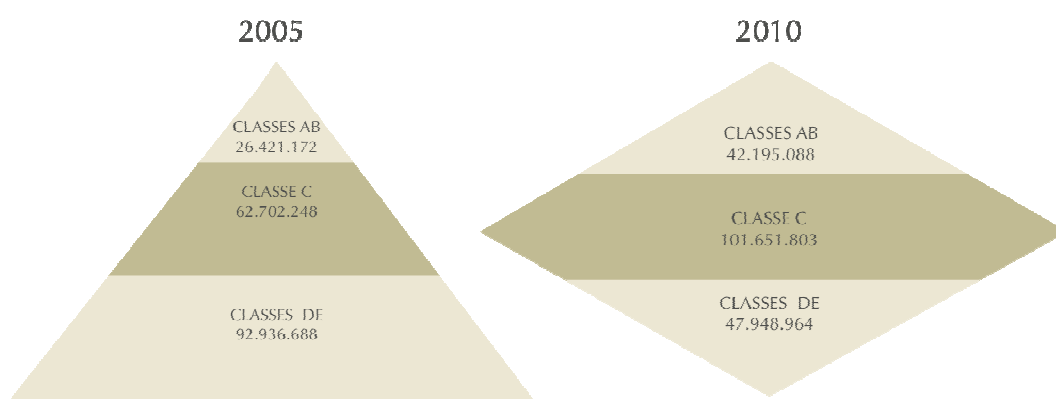
As atividades do turismo são de natureza econômica e, como tal, estão voltadas para a atração, a prestação de serviços e a satisfação das necessidades dos turistas. Englobam diferentes tipos de operações comerciais que se realizam entre os agentes envolvidos em oferecer os mais distintos serviços, como: alimentação, comunicação, entretenimento, hospedagem e transporte, todos relacionados à permanência de uma pessoa distanciada de seu local de residência. Por essa característica de abranger diversos tipos de operações comerciais, a indústria turística é classificada como multissetorial.

O turismo quando bem planejado e dentro de um modelo adequado, no qual as comunidades participam do processo, possibilita a inclusão dos mais variados agentes sociais. Os recursos gerados pelo turista circulam a partir dos gastos em hotéis, restaurantes, bares, áreas de diversões e entretenimento. Com isso, todo o comércio local é beneficiado.

O incremento do turismo interno deve ser fortalecido pelo consumo da sociedade brasileira, permitindo a todos o acesso ao lazer e às férias, respondendo a uma aspiração legítima de nossos cidadãos e tendo no turismo um fator de construção da cidadania e de integração social. A geração de emprego, ocupação e renda, a redução das desigualdades sociais e regionais, e o equilíbrio do balanço de pagamentos sinalizam o horizonte a ser alcançado.

## 2. Mercado Doméstico e Inclusão Social

O turismo também vem sendo impactado de forma significativa pelas melhorias sociais registradas nos últimos anos. Cerca de 60 milhões de brasileiros ascenderam de classe social, sendo que 45 milhões deixaram as classes D e E, e 15 milhões migraram da classe C para as classes superiores. Com isso, ocorreu um aumento acumulado de 62% na classe média (classe C), e a classe AB (grupo com renda domiciliar mais elevada, superior a R\$4.807,00) aumentou 60%, totalizando 42,2 milhões de pessoas. A classe C passou a ser dominante no percentual populacional, constituindo agora 53% do total da população.



Fonte: Observador Brasil 2011 / CETELEM

O setor turístico deve participar desta nova fase de crescimento, e se consolidar como importante atividade econômica para o desenvolvimento social, geração de emprego, investimentos em infraestrutura, sustentabilidade e modelagem do ambiente competitivo.

Números de 2011 dão conta de que 2,5 milhões de empregos formais são gerados pelo turismo, e que R\$ 6,7 bilhões em investimentos foram concedidos ao setor, o que representa 3,6% do Produto Interno Bruto nacional daquele ano. Para 2012, o Ministério do Turismo tem como missão prosseguir no desenvolvimento social, tendo como uma das metas a inclusão – a partir de políticas públicas – da nova classe C brasileira no mercado turístico nacional.

No Brasil, o turismo tem apresentado resultados positivos nos últimos anos, podendo ampliar sua contribuição para a inclusão social por meio de uma política construída e implementada de forma sustentável e democrática, que possibilite aos cidadãos gerarem sua própria renda.

Neste sentido, o setor contribui significativamente na criação de oportunidades de emprego, por se tratar de uma atividade econômica que demanda menor investimento para a criação de postos de trabalho e também por ser intensiva em

mão de obra, em função da natureza dos serviços envolvidos em sua cadeia produtiva.

### **3. O Ministério do Turismo e a Gestão Descentralizada**

Desde a criação do Ministério do Turismo e a reativação do Conselho Nacional de Turismo, em 2003, a atividade turística vem ganhando o devido reconhecimento como um importante vetor de desenvolvimento socioeconômico. O MTur tem como função a formulação e implementação das políticas públicas para o setor, no âmbito de um processo aberto e democrático decorrente de uma proposta de gestão descentralizada, que atende diretamente a uma antiga reivindicação do setor turístico.

A estrutura do Ministério é composta da seguinte maneira:

- a) Secretaria Nacional de Políticas do Turismo – SNPTur: compete precipuamente a formulação, elaboração, avaliação e monitoramento da Política Nacional do Turismo, de acordo com as diretrizes propostas pelo Conselho Nacional do Turismo – CNT, bem como articular as relações institucionais nacionais e internacionais necessárias para a condução desta política.
- b) Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo – SNPDTur: compete realizar ações de estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo, de fomento e de promoção de investimentos no aparelhamento turístico nacional, em articulação com os Programas Regionais de Desenvolvimento, bem como apoiar e promover a produção e comercialização de produtos associados ao turismo e à qualificação dos serviços.
- c) Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR: autarquia que tem como área de competência a promoção, divulgação e o apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos do país no exterior.
- d) Conselho Nacional de Turismo: órgão colegiado de assessoramento, diretamente vinculado ao Ministro do Turismo, que tem como atribuições “propor diretrizes e oferecer subsídios técnicos para a formulação e acompanhamento da Política Nacional do Turismo.”. O Conselho é formado por representantes de outros Ministérios e Instituições Públicas que se relacionam com o turismo e das entidades de caráter nacional, representativas dos segmentos turísticos.

Desta forma, existe um sistema de gestão composto, no seu nível estratégico,

pelo Ministério, o Conselho Nacional de Turismo e o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo. O Fórum Nacional de Secretários é um órgão informal, consultivo, constituído pelos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo que auxilia no apontamento de problemas e soluções, concentrando as demandas oriundas dos Estados e Municípios.

A Gestão Descentralizada do Turismo tem permitido a obtenção dos bons resultados nos últimos anos e sinaliza uma ampla perspectiva de interlocução para o enfrentamento dos desafios relacionados à realização dos grandes eventos de 2013 (Copa das Confederações), 2014 (Copa do Mundo de Futebol) e 2016 (Jogos Olímpicos), dentre outros.

O País possui hoje uma rede de gestão descentralizada e compartilhada do Turismo, que envolve o Governo Federal, os governos estaduais e municipais, o setor privado e as organizações representativas da sociedade civil, que vem se organizando para a implementação das políticas de Turismo nas diversas esferas de gestão.

Esse modelo, iniciado em 2003, e regulamentado com a aprovação da Lei do Turismo (Lei nº 11.771 / 2008), instituiu o Sistema Nacional de Turismo. Ele é formado por um núcleo estratégico de âmbito nacional composto pelo Ministério do Turismo, pelo Conselho Nacional de Turismo – CNT e pelo Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo – Fornatur, e por uma rede de gestão descentralizada composta pelas Instâncias de Governança Macrorregionais, os Órgãos Estaduais de Turismo, os Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo, as Instâncias de Governança Regionais, os Órgãos Municipais de Turismo e os Colegiados Municipais de Turismo.

#### **4. Planos Nacionais de Turismo - Regionalização**

O fortalecimento da atividade turística de determinada região não depende somente do poder público e da iniciativa privada, mas também das comunidades a serem beneficiadas pela atividade. Dessa forma, faz-se necessário um planejamento cujas ações considerem os interesses de todos os envolvidos. Isso se expressa no Plano Nacional de Turismo – PNT, implementado pelo MTur, na concepção de um modelo de gestão pública descentralizada e participativa, integrando as diversas instâncias do governo, da iniciativa privada e da sociedade civil como um todo, por meio da criação de ambientes de reflexão, discussão e definição das diretrizes gerais para o desenvolvimento da atividade nas diversas escalas territoriais e de gestão do País, de modo a legitimar e a subsidiar a ação ministerial e de seus parceiros.

O Plano Nacional de Turismo é o instrumento de planejamento do Ministério do Turismo. Tem como finalidade explicitar o pensamento do governo e do setor

produtivo acerca do turismo no Brasil e orientar as ações necessárias para consolidar o desenvolvimento do setor de turismo.

A elaboração do PNT em suas duas edições, a de 2003/2007 e a de 2007/2010, contou com a ampla participação dos setores representativos e foi precedida de momentos de reflexão, no âmbito do MTur e do CNT, sobre as perspectivas para o desenvolvimento das atividades.

Neste mesmo contexto, foi elaborado também o Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014 (íntegra disponível no sítio do MTur – [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)), que deu início a um processo de reflexão sobre as perspectivas de desenvolvimento do turismo brasileiro para os próximos anos e consolidou a ação conjunta do Ministério do Turismo, do CNT e do FORNATUR, tal como ocorreu na elaboração da primeira versão do Documento Referencial em 2006. Este documento constitui, hoje, importante subsídio para a revisão do Plano Nacional de Turismo 2011/2015, que está em fase de aprovação.

Em 2004, tendo como fundamento o Macroprograma 4 – Estruturação e Diversificação da Oferta Turística –, do Plano Nacional de Turismo – 2003/2007, foi formulado o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Este Programa entende o processo de regionalização do turismo dentro da lógica da gestão descentralizada, coordenada e integrada, baseada nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional, e na sinergia de decisões, no sentido de otimizar os resultados da ação do Estado e do mercado em um espaço territorial ampliado: a região turística.

O MTur vem realizando, em conjunto com Estados e Municípios, o mapeamento turístico do País, para identificar as regiões e roteiros que devem ser objeto prioritário dos esforços de ordenamento, estruturação, gestão, qualificação e promoção, com visão de curto, médio e longo prazos.

O Programa de Regionalização do Turismo estrutura-se apoiado em três diretrizes políticas - Gestão Coordenada, Planejamento Integrado e Participativo, e Promoção e Apoio à Comercialização -, que norteiam as ações operacionais, a fim de atingir o padrão de qualidade dos produtos turísticos e a sua inserção nos mercados consumidores, em âmbitos regional, estadual, nacional e internacional.

Os resultados do Programa de regionalização foram apresentados nas versões do Salão do Turismo – Roteiros do Brasil, um dos eventos mais importantes do setor, realizado em São Paulo, desde sua primeira edição em 2005. Nessas oportunidades, o Brasil se mostrou pelo conjunto de regiões turísticas formadas, entre municípios do mesmo estado e entre municípios de mais de um estado. O Salão de Turismo mostra e oferece produtos turísticos segmentados por sua diversidade, atributos, organização e profissionalização, de todo o País.



O mapa da regionalização turística, desenvolvido no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo, reflete o esforço das parcerias entre União, grupos políticos, sociais e econômicos; da participação das instituições de ensino e pesquisa; e, também, o esforço de todos os envolvidos em inovar e participar na construção de um modelo de desenvolvimento sustentável.

## **5. Estruturação da oferta turística – 65 Destinos Indutores**

O que se propôs no Plano Nacional do Turismo – 2007/2010 – foi a identificação de destinos turísticos com capacidade de induzir o desenvolvimento regional. Isso significa que esses destinos serão priorizados para receber investimentos técnicos e financeiros do MTur e serão foco de articulações e busca de investimentos com outros Ministérios e instituições. Os destinos indutores terão a responsabilidade de propagar o desenvolvimento nos roteiros dos quais fazem parte e, conseqüentemente, nas regiões turísticas que esses roteiros perpassam. Suas experiências e práticas exitosas devem ser multiplicadas para outros destinos e roteiros que integram as regiões turísticas do País.

Assim, como forma de otimizar esforços e recursos, foi estabelecida a Meta 3 do Plano Nacional de Turismo – 2007/2010:”- “estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional.”

Diante disso, para o Programa de Regionalização do Turismo, os destinos indutores de desenvolvimento turístico regional devem ser aqueles que possuem infraestrutura básica e turística, além de atrativos qualificados, que se caracterizem como núcleo receptor e/ou distribuidor de fluxos turísticos. Isto é, são aqueles capazes de atrair e/ou distribuir significativo número de turistas para seu entorno e dinamizar a economia do território em que está inserido.

Como resultado foram selecionados 65 destinos considerados indutores. Esses destinos, presentes em todas as Unidades Federadas, vêm recebendo investimentos técnicos e financeiros do MTur com o objetivo de aprimorá-los, e suas experiências e práticas exitosas devem ser multiplicadas.

O foco nos 65 destinos indutores não significa, no entanto, que os demais destinos turísticos brasileiros não devam ser apoiados na sua estruturação, qualificação e apoio à comercialização. Estados, Municípios e o próprio Ministério do Turismo também atuam no apoio à consolidação dos demais destinos.

## **6. Índice de competitividade do Turismo Nacional**

Para a decisão de viagem de um turista é muito importante que o destino turístico seja competitivo no mercado. Para posicionar os destinos, o Ministério do Turismo mede, anualmente, o Índice de Competitividade do Turismo Nacional, nos

destinos indutores do desenvolvimento turístico regional. Tal ação tem por objetivo não só o acompanhamento do desempenho dos destinos turísticos, mas visa também medir o nível de competitividade de um destino, entendida como a capacidade de um destino gerar, de forma contínua e sustentável, negócios nas atividades do setor de turismo.

A importância do estudo reside no fato de que os fatores que influenciam na competitividade de um destino pesam fortemente no processo de decisão do turista com relação a que local visitar, como dissemos anteriormente. Demonstrar aos destinos o seu nível de competitividade no mercado nacional auxilia-os no trabalho de aperfeiçoamento de seus serviços e de sua estrutura de recepção de turistas.

Para a aferição do referido índice, empregou-se um modelo analítico focado em 13 dimensões: infraestrutura geral, serviços e equipamentos turísticos, acesso, atrativos turísticos, marketing e promoção do destino, políticas públicas, cooperação regional, monitoramento, economia local, capacidade empresarial, aspectos sociais, aspectos ambientais e aspectos culturais. Essas dimensões, por sua vez, são subdivididas em 62 variáveis, a fim de gerar um diagnóstico mais preciso e detalhado que servirá de insumo aos destinos indutores, possibilitando que visualizem de modo claro seus pontos fortes e suas fraquezas, e os desafios que devem enfrentar para o aumento da competitividade.

### Índice de Competitividade do Turismo Nacional

Dimensões	Brasil		
	2008	2009	2010
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8
Acesso	55,6	58,1	60,5
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1
Monitoramento	35,4	34,5	35,3
Economia local	56,6	57,1	59,5
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9
<b>Índice geral</b>	<b>52,1</b>	<b>54,0</b>	<b>56,0</b>

Fonte: FGV/MTur/Sebrae, 2010

## 7 – Desafio de Comunicação

Ao analisar os “Fluxos Turísticos Domésticos”, o “Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014” enfatiza que o aumento da renda média, do consumo

das famílias e a emergência da nova classe média abrem novas oportunidades neste mercado e consolidam o reconhecimento da atividade turística como relevante fator de desenvolvimento econômico e social.

O Documento registra, ainda, que, nesse momento especial em que vive o País, quando novos produtos entram nos hábitos de consumo dos brasileiros, as viagens podem e devem ser acrescidas a essa pauta, potencializando o consumo doméstico e fomentando a economia do país.

A atividade turística em muito contribui para o desenvolvimento econômico e social das regiões e a promoção turística é um importante estímulo para o turismo interno, que vai retribuir em empregos, desenvolvimento e inclusão social.

O desafio da comunicação não é apenas incentivar um negócio, mas transformar em cidadania o direito de conhecer o nosso país e a nossa identidade.

## **8. Objetivo:**

O desafio proposto é o desenvolvimento de uma campanha publicitária para promover o turismo interno e incentivar a população brasileira a viajar mais pelo seu país, considerando a inserção de novos consumidores advindos do aumento das classes C e D, e estimulando o público A e B a viajar pelo Brasil.

Divulgar a grande diversidade de destinos turísticos que podem ser oferecidos de uma maneira que emocione, sensibilize e que provoque o desejo da experiência da viagem pelos destinos brasileiros.

A proposta deverá utilizar linguagem publicitária unificada, valorizando os momentos de lazer e a experiência que uma viagem proporciona, bem como o aprendizado com relação à história, às riquezas naturais e à cultura dos destinos nacionais.

A campanha deverá ainda ter comandos claros que explicitem que o ato de viajar pelo país traz como benefícios, além de uma experiência diferenciada para o público, efeitos na melhoria de economias locais, contribuindo também para o fortalecimento do mercado interno, para a melhoria da qualidade de vida da população, a inclusão social, bem como para a geração de empregos e renda.

## **9. Público-alvo**

A campanha deve ser dirigida para a sociedade em geral (-homens e mulheres, maiores de 18 anos, das classes sociais A, B e C).

Prever estratégias e abordagens diferenciadas que considerem as características e os hábitos de consumo dos turistas segundo segmentação de

classes sociais. Ver material disponível ver no canal "dados e fatos" no site do Ministério do Turismo.

## **10. Verba, Período e Praças**

A verba total para a simulação de cálculo da alocação de recursos para produção, veiculação, exposição e ou distribuição da campanha é de R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais).

Período: período de outubro a dezembro de 2012, ficando a critério da licitante a definição das datas específicas de divulgação utilizadas na estratégia de comunicação publicitária.

Praças prioritárias: As praças que deverão ser priorizadas pela licitante na formulação da estratégia de mídia para efeitos desta licitação são: Brasília; São Paulo; Belo Horizonte; Rio de Janeiro; Porto Alegre; Curitiba; Florianópolis; Salvador e Recife.

Ressalte-se que a estratégia de campanha desenvolvida deve ser detalhada e devidamente justificada pela licitante.

## **11. Esforços Anteriores de Comunicação**

O Ministério do Turismo já realizou campanhas para o verão, feriados, férias, Salão do Turismo, Viaja Mais Melhor Idade, CADASTUR e Viagem Legal, bem como, uma parceria com a Infraero, na campanha de incentivo ao turismo interno, com a colocação de peças publicitárias promovendo nossos destinos turísticos nos principais aeroportos do país. As campanhas referidas acima estão disponíveis para visualização no site do Mtur.

Os conceitos de campanha utilizados vêm passando por uma evolução, mantendo, entretanto, a mesma direção: a campanha “- Está na hora de conhecer o Brasil” trazia como assinatura “Nas férias viaje pelo Brasil, é bom para você, é bom para o país.”. - Já a campanha “Viaje pelo Brasil” trouxe como assinatura “Viaje pelo Brasil e leve na bagagem o desenvolvimento”, tornando ainda mais explícita a conexão entre o turismo, desenvolvimento e a inclusão social.

## **12. Referência para consulta**

Portal Ministério do Turismo: <http://www.turismo.gov.br>, onde serão encontradas todas as publicações, pesquisas e campanhas do Ministério do Turismo; bem como, demais fontes de consulta que as licitantes acharem

necessárias para a apresentação da proposta técnica onde serão avaliados todos os itens discriminados neste edital de licitação.

As informações relativas às viagens domésticas são aferidas por meio de pesquisa amostral domiciliar realizada pela FGV, sob encomenda do Ministério do Turismo, e disponível no site do Mtur bem como informações sobre a execução dos contratos de publicidade em vigor que podem ser acessadas no endereço:

[http://www.turismo.gov.br/turismo/o\\_ministerio/relatorios/](http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/relatorios/)

## **ANEXO II**

### **MODELO DE PROCURAÇÃO**

#### **Outorgante**

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

#### **Outorgado**

O representante devidamente qualificado

#### **Objeto**

Representar a outorgante na Concorrência 01/2012

#### **Poderes**

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

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

EMPRESA

CARGO E NOME

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

## ANEXO III

### PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

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

- a) desconto, a ser concedido ao MTur, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Brasília: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);
  
- b) honorários, a serem cobrados do MTur, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);
  
- c) honorários, a serem cobrados do Mtur, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
  
- d) honorários, a serem cobrados do MTur, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento).

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

(nome da licitante)

---

Representante legal

# **ANEXO IV**

## **MINUTA DE CONTRATO**

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





## MINISTÉRIO DO TURISMO

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº /2012  
PROCESSO Nº 72031.010779/2011-86

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS  
DE PUBLICIDADE 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** ou **MTur**, 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 de publicidade, em conformidade com o que consta no Processo Administrativo nº 72031.010779/2011-86, referente a Concorrência 01/2012, mediante as Cláusulas e condições a seguir:

## CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

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

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

1.2 Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência 01/2012 e seus anexos, bem como, as Propostas Técnica e de Preços da **CONTRATADA** ou a Proposta de Preços com ela negociada, se for o caso.

## CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO

2.1 Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução deste contrato;  
b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela **CONTRATADA**.

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

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

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

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

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

2.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 2.1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

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

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

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

### **CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA**

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

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

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da **CONTRATADA**, a ser procedida pelo **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 38 da Instrução Normativa nº 4, de 21.12.10.

### **CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

4.1 As despesas a serem realizadas pela **CONTRATADA** e pela outra agência contratada, em decorrência do processo licitatório que deu origem a este ajuste, estão estimadas em R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), pelos primeiros 12(doze) meses.

4.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2012 está consignado no Orçamento do Ministério do Turismo na classificação contábil Programa de trabalho 23.695.2076.4038.0001 ; PTRES: 48357; Natureza de Despesa: 33.90.39; Fonte 0100.

4.3 Se o **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

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

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

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

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

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade do **CONTRATANTE** em Brasília - DF, onde, para esse fim, manterá escritório. A seu juízo, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1 A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Brasília-DF, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao **CONTRATANTE**.

5.1.2.2 Constituir e manter, em parceria com a outra agência contratada como resultado da concorrência que deu origem a este ajuste, a suas expensas, um núcleo de atendimento e de mídia digital, sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos que funcionará sob as orientações da **CONTRATANTE**, em consonância com as rotinas e práticas acordadas entre ela e as duas agências.

5.1.3 Realizar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo **CONTRATANTE**.

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

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

5.1.5.1 Pertencem ao **CONTRATANTE** as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à **CONTRATADA** e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

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

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da **CONTRATADA** e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

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

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

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

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

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

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

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

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de

contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

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

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

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

5.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, o **CONTRATANTE** poderá:

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

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

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

5.1.7.6 As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.5 não se aplicam à compra de mídia.

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

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

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

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

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

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

5.1.10 Apresentar ao **CONTRATANTE**, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11 Apresentar ao **CONTRATANTE**, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do **CONTRATANTE**, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a **CONTRATADA**.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1.18 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do **CONTRATANTE**, mediante sua prévia e expressa autorização.

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1.33 Não manter, na vigência deste contrato, nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de organização concorrente do **CONTRATANTE**.

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

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

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

- 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.

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

## CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 O Gestor titular, para executar a fiscalização deste contrato será o Diretor de Marketing e Publicidade do Mtur e seu substituto será o Coordenador Geral de Marketing e Publicidade que deverão registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção.

7.1.1.1 Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Gestor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela **CONTRATADA**.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

7.11 O **CONTRATANTE** avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela **CONTRATADA**.

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

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

## **CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO**

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

8.1.2 Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

8.1.3 Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.1.4 .....(..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela **CONTRATADA**.

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

8.1.4.2 A **CONTRATADA** se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal e com os preços correspondentes a serem cobrados do **CONTRATANTE**, conforme previsto no

subitem 8.1.4, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.3 A **CONTRATADA** não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

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

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

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

8.6 As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do **CONTRATANTE**, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

## **CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA**

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

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

9.2 Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto no subitem 11.1, a **CONTRATADA** repassará ao **CONTRATANTE** 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

## CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

10.2.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo **CONTRATANTE** aos detentores dos

direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo .... % (.... por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA-LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS**

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

I - a correspondente Nota Fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do **CONTRATANTE**, CNPJ nº0000000000, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

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

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

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE**, no seguinte endereço: Ao Departamento de Marketing, Sala 227, 2º Andar, Bloco “U”, Esplanada dos Ministérios – Brasília-DF

11.1.2 O Gestor deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.

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

I - serviços executados pela **CONTRATADA**:

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

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

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância



com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.4.

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

11.2.2 Na ocorrência de falha em programação de mídia, além das providências previstas no subitem 11.2 a **CONTRATADA** deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos pelo Gestor deste contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE**.

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

11.4 No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.2, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, sem ônus para o **CONTRATANTE**, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

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

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante o **CONTRATANTE**, a impossibilidade de fazê-lo.

11.4.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

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

I.1) como alternativa à declaração prevista no inciso I deste subitem, a **CONTRATADA** pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo

(mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista no inciso I deste subitem, em conjunto, contenham as informações previstas no inciso I deste subitem;

I.2) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I.1, a **CONTRATADA** pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

## II - Mídia Exterior:

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

II.2 - Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

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

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

11.4.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.4.1 serão estabelecidas formalmente pelo **CONTRATANTE**, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.5 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,

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.

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

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

11.7 No caso de eventual falta de pagamento pelo **CONTRATANTE** nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da **CONTRATADA**, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

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

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

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

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

11.9.2 A **CONTRATADA** apresentará ao **CONTRATANTE** relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente.

11.10 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.

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

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA**

12.1 A **CONTRATADA** prestará garantia, em favor do **CONTRATANTE**, no valor correspondente a 2% (dois por cento) do valor estimado para a execução dos serviços objeto deste contrato, na forma prevista nos subitens 23.1 e 25.1 do Edital que deu origem a esta contratação, no prazo de até 20(vinte) dias da assinatura deste contrato.

12.2 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a **CONTRATADA** deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do **CONTRATANTE**.

12.3 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a **CONTRATADA** se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do **CONTRATANTE**.

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

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

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

12.5 Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da **CONTRATADA**, no prazo de 30 (trinta) dias úteis, mediante certificação, pelo Gestor deste contrato, de que os serviços foram realizados a contento.

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

## **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

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

I - advertência;

II - multa de mora e multa por inexecução contratual;

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

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

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

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

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

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - a multa de mora será aplicada pelo Gestor deste contrato;

II - a advertência e as demais multas serão aplicadas pelo Gestor deste contrato.

III - caberá ao Gestor deste contrato aplicar a suspensão temporária e propor a declaração de inidoneidade;

IV - a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Ministro de Estado de Turismo.

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

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

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

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

13.4.1 O atraso sujeitará a **CONTRATADA** à multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, até o limite de 30(trinta) dias úteis, calculada sobre o valor da fatura correspondente à obrigação não cumprida.

13.5 A multa por inexecução contratual poderá ser aplicada no percentual de 5 % (cinco por cento), nas seguintes situações:

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

II - pela inexecução total deste contrato, calculada sobre seu valor atualizado;

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

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

I - por 6 (seis) meses:

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

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

II - por 2 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Solicitação de Serviço depois do pedido de correção efetuada pelo **CONTRATANTE**;

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

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

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

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

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

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

13.7 A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo do **CONTRATANTE**, atuação com interesses

escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo ao **CONTRATANTE** ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à **CONTRATADA** se, entre outros casos:

I - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - praticar atos ilícitos visando frustrar os objetivos da licitação;

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

IV - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio do **CONTRATANTE**.

13.7.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da **CONTRATADA** de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir o **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

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

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

a) multa de mora: a cargo do Gestor deste contrato;

b) advertência e demais multas: a cargo do Gestor deste contrato;

c) suspensão do direito de licitar ou contratar com o contratante: a Diretoria de Marketing, por intermédio do Gestor deste contrato.

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

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

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

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

13.11.2 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo **CONTRATANTE** ou poderá ser descontado dos créditos a que tenham direito.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO**

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

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

14.3 Em caso de cisão, incorporação ou fusão da **CONTRATADA** com outras agências de propaganda, caberá ao **CONTRATANTE** decidir sobre a continuidade do presente contrato.

14.4 A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/1993, não dará à **CONTRATADA** direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

14.5 A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do **CONTRATANTE**, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS**

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

15.2 O **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.



15.3 Constituem direitos e prerrogativas do **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

15.4 São assegurados ao **CONTRATANTE** todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

15.5 A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio do **CONTRATANTE** na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - FORO**

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

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

Brasília, .....de .....de 2012

**CONTRATANTE:**

.....

**CONTRATADA:**

.....



**MINISTÉRIO DO TURISMO  
SECRETARIA-EXECUTIVA  
DIRETORIA DE GESTÃO INTERNA  
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS  
COORDENAÇÃO DE RECURSOS LOGÍSTICOS**

**ANEXO V DO EDITAL**

**TERMO DE RECEBIMENTO DO EDITAL DA CONCORRÊNCIA DO TIPO MELHOR TÉCNICA Nº 01/2012**

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 01/2012**, cujos envelopes com as Propostas Técnicas e Proposta de Preços serão recebidos pelo Presidente da CEL às **09h30min do dia 10/09/2012**, no auditório do térreo do Bloco "U" da Esplanada dos Ministérios, em Brasília-DF.

Brasília, de ..... de 2012.

\_\_\_\_\_  
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.**