



CONCORRÊNCIA Nº 005/DFLC/SEDE/2015

CONTRATAÇÃO DE 02 (DUAS) AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA 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 INTERMEDIÇÃO 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 SERVIÇOS, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES, OU AINDA DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL.

VALOR DO EDITAL: R\$ 20,00 (vinte reais)

ENDEREÇO PARA ENTREGA (PROTOCOLO) DE DOCUMENTOS
Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária - INFRAERO
Superintendência de Licitações e Compras
SCS, Quadra 3, Bloco "A", Lotes nº 17/18, Edifício Oscar Alvarenga I e II, térreo
Brasília/DF- CEP 70.304-906
Fone: (0xx61) 3312-3752 - Fax: (0xx61) 3312-3214
HOME PAGE: <http://www.infraero.gov.br>

Superintendência de Licitações e Compras - DFLC
Gerência de Licitações de Investimentos e Compras - LCIC
Coordenação de Licitações de Investimentos – LCIC-1

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

SUMÁRIO

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

ANEXOS

- I. BRIEFING
- II. MODELO DE PROCURAÇÃO
- III. PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO
- IV. MINUTA DE CONTRATO
- V. PROTOCOLO DE ENTREGA

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

EDITAL DA CONCORRÊNCIA N° 005/DFLC/SEDE/2015

1. DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS

- 1.1 A Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária - INFRAERO, representada pela COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO constituída pelo Ato Administrativo n° 5034/DFLC(LCIC)/2014, aqui também designada simplesmente COMISSÃO, tendo em vista o que consta do Processo da Pasta de Encaminhamento de Correspondência - PEC n° 29773/01, torna pública, para conhecimento das interessadas, a abertura de licitação, na modalidade de CONCORRÊNCIA, do tipo melhor técnica, para contratação de serviços de publicidade.
- 1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei n° 12.232, de 29.04.10, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis n° 4.680, de 18.06.65, e n° 8.666, de 21.06.93.
- 1.3 Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto n° 6.555, de 08.09.08, o Decreto n° 57.690, de 01.02.66, o Decreto n° 3.722, de 09.01.01, a Instrução Normativa SLTI/MP n° 02, de 11.10.10, a Instrução Normativa SECOM-PR n° 7, de 19-12-2014, e as disposições deste Edital.

2. DO RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

- 2.1 No dia 09 de abril de 2015, às 09:00 horas, no Auditório da Superintendência de Licitações e Compras da INFRAERO, Júlio César do Nascimento Mendes, SCS Quadra 03, Bloco "A", Lotes 17/18, Entrada "B", Ed. Oscar Alvarenga I e II – 1° Subsolo, em Brasília/DF, a empresa interessada fará entrega da PROPOSTA TÉCNICA e PROPOSTA DE PREÇOS à COMISSÃO, que estará reunida para esta finalidade;
- 2.2 Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente;
- 2.3 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 19, e na legislação;
- 2.4 Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação;
- 2.5 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

3. OBJETO

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

3.1 O objeto da presente concorrência é a “*contratação de 02 (duas) agências de propaganda para 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, além da 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 serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda 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 relativos à execução dos contratos;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas.

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 da INFRAERO, o público-alvo e os veículos de comunicação e 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 Os serviços previstos no subitem 3.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

3.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de comunicação e divulgação, com entrega em espaços publicitários, aí incluídos as instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e divulgação ou o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação e divulgação.

3.2 Para a prestação dos serviços serão contratadas 02 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas Agências, Licitantes ou Contratadas.

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

3.2.2 As agências atuarão por ordem e conta da INFRAERO, 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 da INFRAERO, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 3.1 e 3.1.1.

3.2.5 Para a execução dos serviços e a seleção interna de que trata o art.2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010, a Infraero instituirá procedimento de seleção interna entre as agências contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial.

4. DA DISPONIBILIZAÇÃO DO EDITAL

4.1 O Edital e seus Anexos poderão ser retirados:

- a) sem ônus, nos sites de licitações da INFRAERO, no endereço: http://licitacao.infraero.gov.br/portal_licitacao, e do Banco do Brasil, no endereço: www.licitacoes-e.com.br; ou

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- b) na Gerência de Licitações de Investimentos e Compras da INFRAERO, localizada no SCS, Quadra 4, Bloco “A”, Ed. Centro-Oeste, Brasília-DF, de 2ª a 6ª feira (dias úteis), das 8:00 às 11:30 e das 13:30 às 17:00 horas, mediante o preenchimento e assinatura do Protocolo de Entrega (Anexo V); ou
- 4.1.1 a empresa interessada deverá credenciar representante para retirar o Edital;
- 4.1.2 após a entrega do Edital, a área Financeira da Infraero emitirá boleto bancário, no valor de R\$ 20 (vinte reais), que será encaminhado pela INFRAERO ao endereço eletrônico informado pela empresa no Protocolo de Entrega;
- 4.1.3 a ausência do pagamento do boleto no prazo estabelecido implicará na inscrição do devedor no SERASA e CADIN.
- 4.1.4 eventuais solicitações de cópias de documentos relativos a este processo licitatório observarão os procedimentos constantes na alínea “b” do subitem 4.1.

5. DAS INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

- 5.1 Quaisquer informações, com relação a este Edital e seus Anexos, poderão ser obtidas através do telefone nº (0xx61) 3312-2575/3266 ou pelo e-mail licitasede@infraero.gov.br;
- 5.2 Os esclarecimentos de dúvidas quanto a este Edital e seus Anexos, poderão ser solicitados, preferencialmente, via e-mail licitasede@infraero.gov.br, ou por correspondência dirigida à Gerência de Licitações de Investimentos e Compras da INFRAERO, localizada no SCS, Quadra 4, Bloco “A”, Ed. Centro-Oeste, Brasília-DF, ou pelo fac-símile nº (61) 3312.3214, no horário comercial, de 2ª a 6ª feira, até 05 (cinco) dias úteis anteriores à data fixada para abertura da licitação. Os esclarecimentos prestados serão estendidos a todos adquirentes do Edital e seus Anexos e disponibilizados no site http://licitacao.www.infraero.gov.br/portal_licitacao, até o dia útil imediatamente anterior à data fixada para abertura da licitação;
- 5.3 Todas as informações, atas e relatórios pertinentes à presente licitação serão disponibilizadas no site da INFRAERO no endereço: http://licitacao.infraero.gov.br/portal_licitacao/details/licitacao/pesquisa_licitacao.js;
- 5.4 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;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

6. DA 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 05 (cinco dias) úteis antes do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h ou das 14h às 17:30h, no Protocolo Geral da Infraero, localizado no SCS, Quadra 03, Bloco A, Lotes 17/18, Edifício Oscar Alvarenga, térreo, em Brasília-DF, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei nº 8.666/93.
- 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. DAS 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 à agência de propaganda:
- a) empresa declarada inidônea por órgão ou entidade da Administração Pública direta ou indireta, federal, estadual, municipal ou do Distrito Federal;
 - b) empresa suspensa de licitar e contratar com a INFRAERO;
 - c) empresa impedida de licitar e contratar com a Administração Pública Federal;
 - d) empresa com decretação de falência, em processo de recuperação judicial ou extrajudicial;
 - e) empresa submissa a concurso de credores, em liquidação ou em dissolução;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- f) empresa cujos diretores, responsáveis legais ou técnicos, membros de conselho técnico, consultivo, deliberativo ou administrativo ou sócios, sejam empregados ou ocupantes de cargo comissionado da INFRAERO;
 - g) empresa cujos diretores, responsáveis legais ou técnicos, membros de conselho técnico, consultivo, deliberativo ou administrativo ou sócios, pertençam, ainda que parcialmente, de empresa do mesmo grupo, ou em mais de uma empresa, que esteja participando desta licitação, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum;
 - g.1) caso constatada tal situação, ainda que a *posteriori*, a empresa Licitante será desqualificada, ficando esta e seus representantes incurso nas sanções previstas no Art. 90 da lei 8.666/93.
 - h) empresa cujo objeto social não seja pertinente e compatível como objeto deste Edital;
 - i) estrangeira que não funcione no País;
 - j) que estiver reunida em consórcio de empresas sob qualquer forma;
 - k) cujo Invólucro nº 1:
 - k.1) presente em sua parte externa a identificação da Licitante ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da Licitante antes da abertura do Invólucro 2;
 - k.2) esteja 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 2.
- 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 a

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

INFRAERO não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

8. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

- 8.1. Para participar deste certame, o representante da Licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.
- 8.1.1 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da 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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

INVÓLUCRO Nº 1

- 9.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **VIA NÃO IDENTIFICADA**, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

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

9.1.1.1.1 O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na Gerência de Licitações de Investimentos e Compras da INFRAERO, localizada no SCS, Quadra 4, Bloco “A”, Ed. Centro-Oeste, Brasília-DF, de 2ª a 6ª feira (dias úteis), das 8:00 às 11:30 e das 13:30 às 17:00.

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:

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

Invólucro nº 2
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
Nome empresarial e CNPJ da Licitante
Concorrência nº 005/DFLC/SEDE/2015

- 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.
- 9.1.2.3 O Invólucro nº 2 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 02.

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:

Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome empresarial e CNPJ da Licitante
Concorrência nº 005/DFLC/SEDE/2015

- 9.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela Licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 9.1.3.3 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

10. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. Nº

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:

<p>Invólucro nº 4 Proposta de Preços Nome empresarial e CNPJ da Licitante Concorrência nº 005/DFLC/SEDE/2015</p>

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.

10.1.3 O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 02.

11. DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

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

- redigido em língua portuguesa;
- em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- espaçamento de 2 cm para as margem direita e esquerda, a partir da borda;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- espaçamento ‘simples’ entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- alinhamento justificado do texto;
- texto e numeração de páginas em fonte ‘arial’, cor ‘preta’, tamanho ‘12 pontos’, observado o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.3 e 11.2.3.1;
- numeração em todas as páginas sequencialmente, pelo editor de textos, em algarismos arábicos no canto inferior direito da página a partir da primeira página interna;
- sem identificação da Licitante.

11.2.1 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 11.3.3.3.5.

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

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

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 11.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado e impressas na orientação paisagem.
- 11.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.
- 11.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à Licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 9.1.1.3 e 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, 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 10 (dez) laudas, 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 comunicação e 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:

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

11.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela Licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da INFRAERO para enfrentar o desafio de comunicação expresso no Briefing, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio, os objetivos geral e específicos de comunicação a ser alcançados.

11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela Licitante das linhas gerais da proposta para suprir o desafio de comunicação a ser enfrentados e alcançar os objetivos, geral e específicos de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

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

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

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

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela Licitante 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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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 20 (vinte), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;
- b) podem ser apresentados sob a forma de:
 - b.1) roteiro, leiaute 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 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 ideia a ser produzida.

11.3.3.3.3 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.

11.3.3.3.4 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

11.3.3.3.5 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.

11.3.3.4 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.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea ‘g’ do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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 item 7 do Briefing 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 integrem 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 comunicação e divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de comunicação e 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 comunicação e 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:

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação 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 comunicação e 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.

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

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, 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.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

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

- a) relação nominal dos 10 (dez) dos seus principais clientes atendidos pela Licitante à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento discriminará as obrigações a serem cumpridas pelas Licitantes, na execução dos serviços, caso venham a ser contratadas, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de campanha, matérias publicitárias impressos, peça de oportunidade e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da INFRAERO, 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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

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

11.8 O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela Licitante, preferencialmente nos últimos 3(três) anos, para anunciantes que não seja a Infraero, sob forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

11.8.1 A Licitante deverá apresentar 12 (doze) peças ou material e observar o limite de 3(três) peças para cada meio de divulgação. Cada peça deverá conter ficha técnica com identificação das Licitantes, título, data de produção, período de veiculação/exposição/exibição e menção de pelo menos um vídeo/espaco que a divulgou/expôs/exibiu.

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

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

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

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

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

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) laudas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O relato:
- 11.10.2 Se a Licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 12.3.1.
- 11.10.3 Os relatos serão elaborados pela Licitante, em papel que a identifique; deverão ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da Licitante responsável por sua elaboração; deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela INFRAERO.
- 11.10.3.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela Licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

11.10.4 É permitida a inclusão de até 05 (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 executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;
- 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 da INFRAERO nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da INFRAERO com seus públicos;
- c) das características da INFRAERO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) dos desafios de comunicação a ser enfrentado pela INFRAERO;
- f) das necessidades de comunicação da INFRAERO para enfrentar esses desafios.

12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

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

12.2.1.3 Ideia Criativa

- a) sua adequação aos desafios de comunicação da INFRAERO;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela Licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 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 da INFRAERO 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;
- k) a adequação da proposta à identidade visual da INFRAERO.

12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 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 da INFRAERO;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a INFRAERO e a Licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a Licitante colocará regularmente à disposição da INFRAERO, 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 pontuação 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);
 - a.1) Raciocínio Básico: 10 (dez)

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco);
 - a.3) Ideia Criativa: 20 (vinte)
 - a.4) 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 Técnica e passará a compor o processo desta licitação.
- 12.3.3 Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no subitem 12.3, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto e levando em consideração todos os itens previstos nos critério de julgamento da Proposta Técnica.
- 12.3.4 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Comissão Técnica, com duas casas decimais, respeitados a pontuação máxima de cada quesito e subquesito prevista no subitem 12.3.1, bem como o limite máximo.
- 12.3.5 A nota de cada Licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.
- 12.3.6 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as Licitantes que obtiverem as duas maiores notas.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

12.3.7 Serão classificadas as Propostas Técnicas das Licitantes que atenderem a todas as condições a seguir:

- a) Obtiverem nota final igual ou superior a 70 (setenta) pontos;
- b) Obtiverem nota igual ou superior a 15(quinze) pontos no subquesto Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) Obtiverem nota igual ou superior a 12(doze) pontos no quesito Ideia criativa;
- d) Obtiverem nota igual ou superior a 6(seis) pontos no subquesto Estratégia de mídia e Não Mídia;
- e) Obtiverem nota igual ou superior a 10(dez) pontos no subquesto Capacidade de Atendimento;
- f) Não obtiverem nota 0(zero) em nenhum quesito ou subquesto;
- g) Atenderem as demais exigências deste Edital.

12.3.8 se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposição do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelo membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da Licitante antes da abertura do Invólucro nº 2 – via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

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 subquestos 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 02 (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.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 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. DA 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 e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 13.2 e 13.3;
- c) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 13.2 e 13.3, por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- d) o prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados da sua apresentação.

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 pela INFRAERO:
 - a.1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;
 - a.2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.
- b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à INFRAERO as vantagens obtidas.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- c) Informar-se-á 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 dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

14. DA 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 de[UF em que está sediado o anunciante], a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela Licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- 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), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) percentual de honorários superior a 6,5% (seis vírgula cinco 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 comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 14.4. Os percentuais propostos serão de exclusiva responsabilidade da Agência e não lhes assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;
- 14.5. A reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais do autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
- 14.5.1. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso;
- 14.5.2. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da Licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- 14.6 A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.
- 14.6.1 A Comissão Especial de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 14.3	$P1 = 0,1 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 14.3	$P2 = 3,0 \times (4,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 14.3	$P3 = 3,0 \times (4,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 14.3	$P4 = 4,0 \times (6,5 - \text{Honorários})$

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 '%'.

- 14.6.2 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: $P = P1 + P2 + P3 + P4$;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

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

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela Licitante;
- b) 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;
- 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 a criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

15. DO 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 mais bem-classificadas 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 de acordo com o subitem 14.4.3 e 14.4.3.1 deste Edital.
- 15.3 Se alguma das duas Licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica não tiver apresentado a Proposta de menor preço e não concordar em praticá-lo, a Comissão Especial de licitação efetuará com as demais Licitantes a negociação prevista no art. 46, § 1º, II da Lei nº 8.666/1993, nos termos da Proposta de menor preço, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a obtenção do número de agências estipulado para esta concorrência.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

15.3.1 A Licitante que não concordar em praticar os preços da Proposta de menor preço perderá o direito de contratar os serviços com a INFRAERO, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

16. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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 N° 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro n° 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da Licitante
Concorrência n° 005/DFLC/SEDE/2015

16.1.3 O Invólucro n° 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 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 16.5.2..

16.2.1 Habilitação Jurídica

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 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;
 - c.1) 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;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 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) declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a Licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;
- 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) ou por meio de entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de Agências de propaganda.

16.2.4 Qualificação Econômico-financeira

- a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade;
- a.1) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- a.2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:
- I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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):

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

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

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

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

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

16.2.4.4 A Licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 16.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 5 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

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

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

DECLARAÇÃO

Referente Concorrência. nº 005/DFLC/SEDE/2015.

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

(se for o caso acrescentar texto a seguir)

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

Local e data

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

Declaração de Elaboração Independente de Proposta

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

Referente Concorrência.N° 005/DFLC/SEDE/2015.

(Identificação completa do representante da Licitante), como representante devidamente constituído da (Identificação completa da Licitante doravante denominada (Licitante), para fins do disposto no Edital da Concorrência nº 005/DFLC/SEDE/2015, 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.

Local e data

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

- c) **Declaração de não ocupação de Cargo comissionado na INFRAERO, nos termos do Art. 9º da Lei 8.666/93:**

Declaramos sob pena da lei, em especial do Art. 9º da Lei 8.666/93 c/c o Capítulo IV da retro – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS E DA TUTELA JUDICIAL, que nossos diretores; responsáveis legais ou técnicos; membros do conselho técnicos, consultivo, deliberativo ou administrativo; ou sócios, não são empregados ou ocupantes de cargo comissionado da INFRAERO, bem como nossa Empresa não está incurso em nenhum dos impedimentos elencados no subitem 4.2 do Edital da Licitação em epígrafe.

Local e data

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 16.3 Todos os documentos deverão estar em nome da Licitante. Se a Licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.
- 16.4 O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 34 da Lei nº 8.666/1993, expedido por órgão da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 16.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.2. Nesse caso, a Licitante se obriga a declarar à INFRAERO a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.
- 16.5 A Licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, apenas deverá apresentar:
- declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a Licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;
 - 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);
 - comprovação de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil 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);
 - Certidão Negativa de Débitos perante a Justiça do Trabalho, ou Certidão Positiva com efeito negativo, expedida pelo Tribunal Superior do Trabalho (TST), da sede da Licitante, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 01/05/1943, e instituída pela Lei nº 12.440, de 07/07/2011.
 - declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas “a” ,”b” e “c” do subitem 16.2.5.
- 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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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. DA 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, a INFRAERO 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 Quanto às Licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 16.5 deste Edital, sua situação será verificada por meio de consulta on-line ao SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02/2010.

18. DA 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 que atuem em uma dessas áreas.

18.2.1 Um dos membros da Subcomissão Técnica não manterá nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a INFRAERO.

18.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, a ser realizado em sessão pública, cujo aviso de sorteio e resultado serão publicados no Diário Oficial da União, obedecendo todos os procedimentos estabelecidos no art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

19. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 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 da INFRAERO, 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.

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:

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 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, 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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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:
- encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
 - análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
 - elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

- d) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

19.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 12.4 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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.

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

Terceira Sessão

19.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as Licitantes, na forma do item 21 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;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 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) efetuar 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) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais Licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação de duas agências;
- h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços as 02 (duas) Licitantes mais bem-classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas Licitantes classificadas;
- i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.

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 respectivas 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:

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 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:
 - e.1) o resultado da habilitação;
 - e.2) 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;
 - e.3) que será publicado na forma do item 21 deste Edital o nome das duas 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.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

- 20.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o resultado desta concorrência será homologado e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto às Licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 29.10 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. DA 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. DOS 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 Superintendente de Marketing e Comunicação Social da INFRAERO, 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.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 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) a Autoridade Superior, 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 a INFRAERO – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 23.1 A soma das despesas com os 02 (dois) termos de contratos resultantes desta concorrência está estimada em R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses, e será executada de acordo com o previsto no subitem 3.2.4 deste Edital.
- 23.2 As despesas decorrentes da contratação do objeto desta licitação correrão por conta de recursos próprios da INFRAERO, alocados nos seguintes códigos Orçamentários:
- ü 001.31107.051-6-20.114-9 – Publicidade Institucional;
 - ü 001.31107.052-7-20.114-9 – Publicidade Mercadológica;
 - ü 001.31107.050-5-20.114-9 – Publicidade de Utilidade Pública.
- 23.3 Se a INFRAERO optar pela prorrogação dos contratos que vierem a ser assinados, serão consignadas nos próximos exercícios, no Programa de Dispêndios Globais, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.
- 23.4 A INFRAERO se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

24. DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 24.1 As Licitantes vencedoras terão o prazo de 10 (dez) dias, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV, e o prazo de 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 as Licitantes vencedoras não comparecerem, nos prazos estipulados no subitem 24.1, para assinar os respectivos contratos e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, a INFRAERO poderá convocar as Licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar os contratos em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da Licitante que deixou de assinar os contratos, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.
- 24.2 Antes da celebração dos contratos, a INFRAERO efetuará consulta ao Cadastro Informativo de créditos não quitados do setor público federal (Cadin), conforme disposto no art. 6º, inciso III, da Lei nº 10.522/2002.
- 24.3 Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terão duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Cláusula Terceira da minuta de contrato (Anexo IV).
- 24.4 A INFRAERO poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da minuta de contrato (Anexo IV).
- 24.5 No interesse da INFRAERO, as contratadas ficam obrigadas a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/1993.
- 24.6 Será da responsabilidade das contratadas o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.
- 24.7 Obrigam-se também as contratadas por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e dos contratos que vierem a ser assinados.
- 24.8 As contratadas, independentemente de solicitação, deverão prestar esclarecimentos à INFRAERO sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 24.9 As contratadas só poderão divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome da INFRAERO, se houver expressa autorização desta.
- 24.10 É vedado às contratadas caucionar ou utilizar os contratos resultantes da presente concorrência para qualquer operação financeira.
- 24.11 As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.
- 24.12 A INFRAERO avaliará, semestralmente, os serviços prestados pelas contratadas, nos termos do subitem 7.10 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).
- 24.13 As contratadas centralizarão o comando da publicidade da INFRAERO em Brasília/DF, onde, para esse fim, manterão escritório, sucursal ou filial, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da minuta de contrato (Anexo IV).
- 24.14 Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas respectivas Licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preços com elas negociada.

25. DA GARANTIA

- 25.1 A CONTRATADA prestará garantia, em favor da INFRAERO, correspondente a 1% (um por cento) do valor estimado para a contratação, para a execução dos serviços, na forma prevista no subitem 12.1 da minuta de contrato (ANEXO IV), no prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura deste contrato em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha das Licitantes vencedoras:.
- a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária.
- 25.2 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/86, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 25.3 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:
- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;
 - b) a apólice deverá indicar o INFRAERO como beneficiário.
- 25.4 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:
- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;
 - b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao INFRAERO, 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.
- 25.5 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:
- a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
 - b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.
- 25.6 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da INFRAERO.
- 25.7 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

26. DA REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

- 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 suas Propostas 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).

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

27. DA FISCALIZAÇÃO

27.1 A INFRAERO nomeará um Gestor ou Fiscal titular e um substituto para executar a fiscalização dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

28. DAS PENALIDADES

28.1. Caso a Licitante adjudicatária se recuse a assinar o contrato ou convidada a fazê-lo não atenda no prazo fixado, garantida prévia e fundamentada defesa, será considerada inadimplente e estará sujeita às seguintes cominações:

- a) multa de 10% (dez por cento) do valor da contratação;
- b) responder por perdas e danos ocasionados à INFRAERO, os quais serão apurados em competente processo, levando em conta as circunstâncias que tenham contribuído para a ocorrência do fato;
- c) suspensão temporária do direito de participar de licitação e impedimento de contratar com a INFRAERO, por prazo não superior a 02 (dois) anos;
- d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Licitante ressarcir a INFRAERO pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior.

d.1) a Declaração de Inidoneidade se efetivará por ato ministerial.

28.2. Serão aplicadas as sanções previstas na Lei 12.846/2013 à Licitante que:

- a) frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de procedimento licitatório público;
- b) impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório público;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- c) afastar ou procurar afastar Licitante, por meio de fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;
- d) fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente;
- e) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo;
- f) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais.
- 28.3. A Licitante que praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de qualquer tributo, ou atos ilegais visando frustrar os objetivos da licitação; retirar sua PROPOSTA DE PREÇOS após conhecer os preços das demais Licitantes, ou ainda demonstrar não possuir idoneidade para contratar com a INFRAERO e toda a Administração Pública Federal, em virtude de quaisquer outros atos ilícitos praticados, garantidos o contraditório e a ampla defesa, estará sujeita às penalidades previstas no subitem precedente deste Edital e outras que couberem;
- 28.4. A inobservância dos prazos fixados para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,1% (um décimo por cento) do valor adjudicado por dia de atraso, até o máximo de 2,5% (dois e meio por cento);
- 28.4.1. o atraso superior a 15 (quinze) dias autoriza a Administração a examinar as propostas subsequentes, observada a ordem de classificação, até a apuração de uma proposta que atenda o estabelecido neste edital, para assinar o Contrato ou revogar a presente licitação, sem prejuízo das demais cominações previstas no Edital.
- 28.5. Sem prejuízo das penalidades previstas nos subitens precedentes deste Edital, a COMISSÃO ou a INFRAERO poderá desqualificar a Licitante ou desclassificar a PROPOSTA DE PREÇOS sem que isto gere direito indenizatório ou de reembolso, caso tome conhecimento de fato ou circunstância que desabone a idoneidade comercial ou afete a capacidade financeira, técnica, jurídica ou de produção da Licitante;
- 28.5.1. sendo o ato praticado pela COMISSÃO poderá esta reconsiderar a punição aplicada, ou fazer subir o recurso à autoridade competente, devidamente informado, que decidirá pelo seu provimento ou não.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 28.6. As penalidades aplicadas à Licitante serão obrigatoriamente registradas no SICAF;
- 28.7. O valor da devolução pertinente às multas aplicadas, face ao provimento de recurso, será corrigido pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, *pro rata tempore*, pela fórmula estabelecida na minuta do Contrato, que representa o Anexo V deste Edital;

29. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

- 29.1 É facultada à Comissão Especial de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.
- 29.1.1 A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.
- 29.2 A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.
- 29.2.1 A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.
- 29.3 Até a assinatura dos contratos, as Licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas se a INFRAERO tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.
- 29.3.1 Se ocorrer a desclassificação de Licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a INFRAERO poderá convocar as Licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.
- 29.4 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratantes não restar prorrogado, por conveniência da Administração, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a INFRAERO poderá convocar as Licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 29.5 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à INFRAERO.
- 29.6 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as Licitantes.
- 29.7 Se houver indícios de conluio entre as Licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a INFRAERO comunicará os fatos verificados à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.
- 29.8 É proibido a qualquer Licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.
- 29.9 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 29.10 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.
- 29.10.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.
- 29.11 A INFRAERO poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir os respectivos contratos, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.
- 29.12 Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de 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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

- 29.13 Correrão por conta da INFRAERO as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.
- 29.14 Para dirimir quaisquer dúvidas ou questões relacionadas com este Edital ou com o Contrato vinculado a esta licitação, a empresa Licitante deve se subordinar ao foro da Justiça Federal, Seção Judiciária da Capital Federal, com exclusão de qualquer outro.
- 29.15 Integram este Edital os seguintes anexos:
- I. BRIEFING;
 - II. MODELO DE PROCURAÇÃO;
 - III. PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO;
 - IV. MINUTA DE CONTRATO;
 - V. PROTOCOLO DE ENTREGA.

Brasília (DF), 20 de fevereiro de 2015.

HÉRCULES ALBERTO DE OLIVEIRA
Coordenador de Licitações de Investimentos

RECOMENDAMOS AOS INTERESSADOS QUE FAÇAM O CADASTRAMENTO DE SUAS EMPRESAS NO SITE DE LICITAÇÕES DA INFRAERO, NO ENDEREÇO ABAIXO, PARA RECEBEREM INFORMAÇÕES E ACOMPANHAREM O DESENVOLVIMENTO DESTA LICITAÇÃO - : http://licitacao.infraero.gov.br

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

ANEXO I **BRIEFING**

1. Situação Geral

A Infraero é uma empresa pública nacional habituada à diversidade brasileira. Sediada em Brasília, está presente na maioria dos Estados e no Distrito Federal.

É uma empresa pública de direito privado com patrimônio próprio, autonomia administrativa e financeira. Sua finalidade é implantar, administrar, operar e explorar industrial e comercialmente a infraestrutura aeroportuária e de apoio à navegação aérea. Constituída nos termos da Lei nº 5.862, de 12 de dezembro de 1972, a Infraero tem ainda a atribuição de prestar consultoria e assessoramento nas áreas de atuação e na construção de aeroportos e realizar outras atividades correlatas definidas pela Secretaria de Aviação Civil da Presidência da República (SAC/PR), à qual é vinculada. A Infraero desempenhará sua missão diretamente ou por intermédio de subsidiárias e/ou de parcerias

A Infraero administra desde grandes aeroportos brasileiros até alguns tão pequenos que, ainda não recebem voos comerciais regulares – têm como função representar a soberania nacional em áreas longínquas. Isso reforça seu papel de integração nacional.

Ao todo são 60 aeroportos que, juntos, processam aproximadamente 50% do movimento de passageiros embarcados e desembarcados no transporte aéreo regular do Brasil. Isso equivale, anualmente, a 135 milhões de passageiros, a 2,4 milhões de pousos e decolagens de aeronaves e a 483 mil toneladas de carga por ano. A empresa administra também 31 Terminais de Logística de Carga Aérea e 75 Estações Prestadoras de Serviços de Telecomunicações e de Tráfego Aéreo.

A infraestrutura aeroportuária brasileira, que pode ser equiparada aos padrões internacionais, está sendo modernizada para atender à demanda dos próximos anos. Para isso, a empresa pratica um plano de obras arrojado, executado com receita do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), em praticamente todos os aeroportos por ela administrados e que gera mais de 50 mil empregos em todo o Brasil.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

Como parte integrante dos seus negócios, a Infraero também se especializou em consultoria para todas as áreas do desenvolvimento aeroportuário. A Empresa tem expertise comprovada em Planejamento Aeroportuário, englobando a elaboração e a aprovação de Planos Diretores, projeção de Demanda do Transporte Aéreo, elaboração de Planos de Zoneamento, pesquisa e estabelecimento de metodologias e parâmetros de dimensionamentos para as facilidades aeroportuárias, além dos Estudos de Avaliação de Capacidade Operacional. A Empresa acumulou nos últimos quarenta anos conhecimento técnico voltado ao desenvolvimento de empreendimentos de infraestrutura aeroportuária, incluindo a definição de requisitos, planejamento operacional, estudos conceituais bem como a gestão de engenharia aeroportuária.

A Infraero possui também comprovada experiência que resultou em se tornar referência internacional na transferência de operações aeroportuárias, com desativação e ativação de aeroportos e terminais, simultaneamente. Na área comercial, que engloba a exploração de espaços, a mídia aeroportuária e o Varejo Aeroportuário, a empresa trabalha na elaboração de estudos comerciais, definição e exploração de mix comerciais e na implantação de modelagens de exploração comercial. A Empresa atua, ainda, em treinamento e capacitação em diversas áreas relacionadas ao planejamento e à gestão de aeroportos e de navegação aérea.

A Empresa conta com uma força de trabalho de aproximadamente 25 mil profissionais, entre empregados concursados e terceirizados.

O foco da Empresa, em todas as suas ações, está em valorizar o cliente/passageiro e oferecer serviços de qualidade que proporcionem segurança, conforto, eficiência e agilidade além de garantir a infraestrutura aeroportuária e de navegação aérea adequadas à demanda do País.

Missão: Oferecer soluções aeroportuárias inovadoras e sustentáveis aproximando pessoas e negócios.

Visão 2016: Ser a referência brasileira em soluções aeroportuárias.

Valores:

- Compromisso com os clientes
- Efetividade e competitividade
- Valorização dos colaboradores
- Inovação, qualidade e segurança
- Ética e responsabilidade socioambiental
- Geração de resultados
- Orgulho de ser Infraero

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. Nº



DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

Devido à natureza de sua atuação, a Infraero é associada à atividade aeroportuária no Brasil, mesmo em aeroportos que não estão sob sua administração. Da mesma forma, e devido a elementos do contexto do sistema de aviação civil brasileiro, a Infraero é constantemente associada e responsabilizada por problemas que não são de sua competência, como por exemplo, extravio ou dano de bagagens nos aeroportos. Nos aeroportos que administra, a Infraero interage com diversos órgãos públicos, como Receita Federal, Polícia Federal, Anvisa; ministérios, como Ministério da Agricultura; empresas, como empresas aéreas, lojistas; e as responsabilidades acabam se confundindo.

A Empresa está presente na maioria das unidades da Federação, com Sede em Brasília e superintendências regionais espalhadas pelo País. No Brasil, além dos aeroportos administrados pela Infraero, há terminais administrados por prefeituras, governos estaduais, e pela iniciativa privada. Desde 2012 entraram no mercado novas empresas concessionárias para administrar os terminais de Brasília (DF), Guarulhos (SP), Viracopos (SP), Galeão (RJ) e Confins (MG) das quais a Infraero é acionista com 49% de participação. Além disso, o aeroporto de São Gonçalo do Amarante (RN) também passou por processo de concessão em 2012, entrando em operação em 2014 e sendo operado pela mesma empresa que opera atualmente o aeroporto de Brasília (nesse caso específico – de São Gonçalo – a Infraero não tem participação na sociedade).

O setor aeroportuário brasileiro passou por fortes transformações nos últimos anos. Entre as mudanças está a criação da Secretaria de Aviação Civil da Presidência da República (SAC-PR) - com *status* de ministério - em março de 2011. Anteriormente, o comando da aviação civil brasileira pertencia ao Ministério da Defesa. Com a SAC-PR, implantou-se a Comissão Nacional de Autoridades Aeroportuárias (Conaero), o que representou outra importante mudança no setor. Trata-se de uma Comissão que reúne representantes de órgãos que atuam nos aeroportos e tem como objetivo aperfeiçoar o processo de gestão dos aeroportos, aumentando assim a qualidade, a segurança e a celeridade dos processos operacionais. Todas as ações respeitam as competências de cada uma das instituições/órgãos responsáveis pelos processos nos aeroportos como Receita e Polícia Federal, Anvisa etc.

No contexto da Conaero, também foram instituídas as Autoridades Aeroportuárias que atuam como “braços” locais da Comissão em alguns dos maiores aeroportos brasileiros. As Autoridades Aeroportuárias tratam de problemas cotidianos e excepcionais em tempo hábil para garantir qualidade e rapidez nas atividades do aeroporto. E é a Infraero que coordena os trabalhos das Autoridades Aeroportuárias nos aeroportos, por meio de centros de gestão aeroportuária – salas equipadas com ferramentas tecnológicas que concentram informações que permitem o comando, o controle imediato e a união de todos os envolvidos no processo de embarque e desembarque de passageiros.

Nesse novo mercado, que inclui administradoras de aeroportos brasileiros públicos e privados, a Infraero se destaca por diversos fatores:

- pela experiência na atividade (fato que a elevou a Autoridade Aeroportuária em diversos aeroportos);

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- pela atuação nacional (conectividade), em especial em municípios pequenos e remotos, cuja importância é fundamental para a integração nacional;

- por ter boa parte de seu público interno orgulhoso de seu trabalho e reconhecedor da importância da Empresa;

Por outro lado, por se tratar de empresa pública, a Infraero está sujeita à legislação inerente que, muitas vezes, pode impactar em seus processos e contratações, deixando-os menos ágeis que os da concorrência.

Associada a esta natureza de Empresa estatal, a Empresa vive um momento de desafios por ter perdido parte de sua receita com a concessão dos aeroportos. Dessa forma, passa por uma readequação da sua gestão com o objetivo de manter sua sustentabilidade a partir da redução de despesas e o aumento de receitas.

A atuação de operadores privados no mercado aeroportuário é fato novo no cenário nacional. E a Infraero, como sócia de um parceiro privado, traz também um modelo de negócio inédito para o setor no Brasil. Em função disto, também está em curso uma remodelagem da atuação estratégica da empresa, que poderá levar a uma possível abertura de capital ou até mesmo fortalecer a atuação na aviação regional.

O Governo brasileiro está fazendo grandes investimentos na melhoria e ampliação de vários aeroportos, para que a infraestrutura aeroportuária consiga atender à demanda interna - que não para de crescer - e a demanda externa advinda dos grandes eventos internacionais que foram e ainda serão realizados no País (a exemplo da Copa e das Olimpíadas). A Infraero, em conjunto com os demais parceiros do setor, passou com sucesso nos testes da Copa das Confederações, Jornada Mundial da Juventude e a Copa Fifa 2014, o que resultou em reflexos positivos imediatos para sua imagem, apesar do descrédito inicial que a opinião pública e a imprensa tinham formado sobre a capacidade de resposta da Empresa frente aos grandes eventos.

Desde 2011 a Infraero investe cerca de R\$ 4,8 bilhões em 21 aeroportos, principalmente nos localizados nas cidades-sede da Copa de 2014. São 49 intervenções, entre ampliação de terminais de passageiros, novas torres de controle, instalação de módulos operacionais e ampliações de pista/pátio.

A comunicação da Empresa tende a ser mais intensa nos aeroportos localizados nas capitais como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Manaus, Recife, Salvador, Fortaleza, Porto Alegre, Curitiba e Cuiabá, devido ao peso estratégico e também por estarem localizadas em cidades de maior população. Além dessas praças prioritárias, há interesse em atingir as demais capitais e o Distrito Federal.

A Infraero é, desde 2005, patrocinadora oficial da Seleção Brasileira de Judô. Foi a primeira empresa a investir oficialmente no patrocínio do esporte que hoje é um dos destaques brasileiros entre as modalidades olímpicas. Como contrapartida ao patrocínio, a Confederação Brasileira de Judô mantém diversos projetos sociais voltados para crianças que residem no entorno de alguns dos

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

aeroportos da Empresa. Além disso, a Infraero possui ainda o Programa Infraero Social que atende a mais de 17 mil cidadãos, em mais de 50 aeroportos espalhados pelo Brasil. O Programa desenvolve projetos com enfoque em capacitação, saúde e educação para crianças, jovens e adultos; e conta com parcerias com governos municipais, estaduais, federal, além de organizações não governamentais e entidades filantrópicas.

Públicos de interesse:

- passageiros e potenciais passageiros;
- clientes e potenciais clientes do serviço de logística de cargas;
- concessionários e potenciais concessionários de áreas comerciais e de serviços de publicidade;
- clientes e potenciais clientes das lojas e de serviços do aeroporto;
- usuários habituais dos aeroportos (passageiro *heavy user*);
- empregados;
- concessionários da administração aeroportuária;
- órgãos de imprensa e seus representantes credenciados;
- autoridades federais, estaduais e municipais;
- organismos e empresas públicas e privadas nacionais e internacionais;
- *trade* aeroportuário (órgãos públicos, empresas aéreas, SAC-PR, entre outros);
- profissionais de aviação (pilotos em especial);
- fornecedores;
- acionistas (incluindo Governo Federal);
- comunidades vizinhas a aeroportos;
- e a sociedade em geral.

Evolução da Imagem nos últimos anos

Desde 2008, a Empresa tem feito esforços de comunicação no sentido de melhorar sua imagem institucional junto ao público, após um período de grande desgaste com a crise do setor (período conhecido como crise aérea), agravado com apontamentos de superfaturamento nas obras em alguns aeroportos.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

Entretanto, a partir de 2010, vários fatores exógenos influenciaram na obtenção destes resultados, entre eles o fato de o Brasil ter sido escolhido como sede da Copa de 2014 (após o término do mundial da África em 2010, o foco da imprensa nacional e internacional voltou-se para o Brasil). Esse fato levou ao aumento considerável dos questionamentos sobre os gargalos na infraestrutura aeroportuária e sobre os investimentos/obras previstos pela Infraero para os próximos anos. A discussão em torno do futuro da empresa (concessões dos aeroportos, abertura de capital etc.) também colaborou para que a imagem da Infraero voltasse a sofrer desgastes no período.

Algumas ações foram implementadas com o objetivo de melhorias na imagem e redução de matérias negativas na grande mídia nacional, tais como: campanha de imagem; alteração de logomarca; criação de plataforma de comunicação junto aos usuários dos aeroportos com o objetivo de educar sobre o transporte aéreo; adoção de práticas digitais - que modificaram o caráter do relacionamento entre a Infraero e seus públicos (a Infraero entrou nas mídias sociais e lançou aplicativos de serviços como o Infraero Voos Online e o Aeroperto), a adoção de novas estratégias de relacionamento com os veículos de imprensa e também de projetos especiais como os fun zones criadas para Copa Fifa 2014 nos aeroportos localizados nas cidades sede do evento.

2. Problema ou Desafio de Comunicação

Nos últimos anos houve um grande crescimento da demanda pelo uso dos serviços dos aeroportos no Brasil. A média mundial de crescimento no movimento de passageiros foi de 40% no período de 2003 a 2010. No Brasil, o aumento foi de 118% no mesmo período. Entre 2011 e 2012, a variação foi de 4,11% no mundo e de 7,32% no Brasil. Esse aumento no mercado nacional, apesar de ter desacelerado nos últimos dois anos, já que entre 2009 e 2010 o crescimento foi de mais de 20%, exige a manutenção de investimentos para a garantia da qualidade no atendimento a clientes e para a adoção de padrões internacionais de operação.

Este fato associa-se a uma significativa mudança no perfil dos novos usuários dos aeroportos brasileiros. Com a ascensão das classes C e D, que tem apresentado crescente poder de compra, mais pessoas estão viajando de avião pela primeira vez. Essas pessoas têm perfil sócio-demográfico diferente dos públicos tradicionalmente trabalhados pela Infraero em sua comunicação, não conhecem muito sobre o setor de aviação comercial, sobre a Empresa e, muitas vezes, faltam-lhes informações sobre o processo das viagens aéreas. Além disso, por serem clientes entrantes, conhecem pouco sobre a Infraero, suas competências e suas interfaces no setor. Torna-se, então, necessário que as campanhas e produtos de comunicação têm que ser acessíveis a este público.

Nos últimos anos, a Infraero sofreu constantes questionamentos da imprensa, uma agenda negativa que tem significativo impacto sobre a imagem da Empresa. Houve muito descrédito na capacidade de resposta da Empresa para os desafios da Copa do Mundo de 2014, o que não se confirmou, pois a participação dos aeroportos na Copa teve êxito em diversos aspectos como operação, receptivo e índice de pontualidade nos voos.

Considerando que a Infraero é uma empresa prestadora de serviços, o engajamento dos empregados é determinante para o sucesso das ações de comunicação. Apesar de reconhecerem a importância do

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

trabalho da Empresa, existe entre os empregados a falta de confiança sobre o futuro e a necessidade de mais informações que promovam esse envolvimento.

O desafio é apresentar aos públicos de interesse o esforço que está sendo realizado pela Infraero no sentido de mostrar sua capacidade de transformação diante de um novo cenário, inédito e desafiador para a aviação brasileira. A Empresa precisa de um posicionamento arrojado frente aos novos operadores privados (que são seus sócios e concorrentes ao mesmo tempo) e ao público crescente da aviação. Ela deseja ser vista como uma prestadora de serviços experiente, mas ao mesmo tempo conectada, dinâmica e atenciosa. Ela quer se aproximar do seu público – que hoje tem recorte que vai da classe A até a C – oferecendo melhorias na experiência de viagem dos passageiros nos seus aeroportos. Além disso, não pode abrir mão de seu papel pedagógico junto aos novos públicos (entrantes da classe C), quando necessário/oportuno e de uma comunicação direcionada aos formadores de opinião (imprensa, passageiro *heavy user*, autoridades do setor etc.).

3. Objetivos de Comunicação – Geral e Específico

Objetivo geral:

Reforçar o posicionamento da Infraero como uma empresa que está comprometida com a melhoria da experiência de viagem nos seus aeroportos.

Objetivos específicos:

- trabalhar os atributos da marca que são: experiente, conectada, dinâmica e atenciosa;
- divulgar ao público que os esforços da Infraero estão focados na satisfação do cliente;
- melhorar a percepção do público acerca das realizações da Infraero;
- alimentar o orgulho do público interno e, com isso, engajá-lo.

4. Públicos-alvo

Público primário: passageiros (*heavy user*).

Perfil sócio-demográfico e psicológico:

Público primário: 15-65 anos, ambos os sexos, classe AB, nível de escolaridade médio e superior, economicamente ativos (quando se tratar dos responsáveis pelos custos das viagens) ou não economicamente ativos (familiares e acompanhantes dos responsáveis), moradores de todos os estados. Há passageiros usuais (*heavy users*), que viajam a trabalho com frequência – esses são grandes conhecedores do cotidiano dos aeroportos e do setor aéreo e há passageiros que conhecem bem o setor de aviação civil, que tendem a ser mais críticos a respeito da situação dos aeroportos. Há também passageiros eventuais, que viajam a trabalho, lazer, ou para atender compromissos pessoais diversos. Todos estão mais expostos a influencia da grande imprensa – há, inclusive, formadores de opinião nesse público.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

Público secundário: passageiros (entrantes).

Perfil sócio-demográfico e psicológico:

Público secundário: 15-65 anos, ambos os sexos, classe C, todos os níveis de escolaridade, economicamente ativos (quando se tratar dos responsáveis pelos custos das viagens) ou não economicamente ativos (familiares e acompanhantes dos responsáveis), moradores de todos os estados. São passageiros eventuais, que viajam a trabalho, lazer, para atender compromissos pessoais diversos – muitos estão tendo a primeira oportunidade de viajar de avião (entrantes), ou passando a considerar e utilizar o modal aéreo como alternativa viável para viajar, em substituição a outros modais. Em geral, por não conhecer tanto o setor e o cotidiano dos aeroportos, esse público é mais carente de informação a respeito do processo da viagem.

5. Praças

Foco nas principais capitais: São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Porto Alegre (RS), Curitiba (PR), Salvador (BA), Recife (PE), Fortaleza (CE), Manaus (AM), Cuiabá (MT) e Brasília (DF).

6. Período

Campanha com duração de três meses, de abril a julho.

7. Verba Referencial para Investimento

No cálculo da alocação dos valores para a produção, veiculação e exposição e ou distribuição da campanha de que trata o subitem 11.3.3 do Edital, a Licitante utilizará como referencial a verba de **R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais)**.

Fica a seu juízo a definição dos veículos a serem considerados na simulação de mídia.

8. Pesquisas e Outras Informações

Relatório Anual da Infraero 2013:

http://www.infraero.gov.br/images/stories/Infraero/Contas/Relatorios/relatorio_anual2013.pdf

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

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

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

Manual de aplicação da marca Infraero disponível no endereço:

<http://www.infraero.gov.br/index.php/br/institucional/marca-da-infraero.html>

9. Recursos Próprios de Comunicação

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

Tem sido prática nas recentes ações de comunicação publicitária da Infraero o uso de painéis e adesivos instalados nos aeroportos. Trata-se de espaço que a Empresa pode utilizar sem custo, considerando sempre as eventuais limitações próprias de cada aeroporto. Isso não gera custos de mídia, apenas de produção. Como referência, para efeito de orçamento de produção, segue indicação de número de painéis por aeroporto, bem como a metragem, nos aeroportos localizados nas praças de interesse:

Medidas do painel de referência: 3,5m x 2m (horizontal); 2m x 3,5m (vertical).

Número de pontos por aeroporto:

Curitiba (PR): 4 horizontais e 4 verticais

Congonhas (SP): 4 horizontais e 4 verticais

Porto Alegre (RS): 4 horizontais e 4 verticais

Fortaleza (CE): 3 horizontais e 3 verticais

Recife (PE): 3 horizontais e 3 verticais

Santos Dumont (RJ): 3 horizontais e 3 verticais

Salvador (BA): 3 horizontais e 3 verticais

Cuiabá (MT): 3 horizontais e 3 verticais

Manaus (AM): 3 horizontais e 3 verticais

Pampulha (MG): 1 horizontal e 1 vertical

Sistema de som para veiculação de avisos sonoros nos terminais de passageiros: spots devem ter 30 segundos.

Balcão de Informação Info Infraero: ponto físico de atendimento ao público nos aeroportos da Rede. O local é muito procurado para esclarecimento de dúvidas, registros de Ouvidoria e distribuição de material de comunicação. É o principal ponto de contato da Infraero com seu público nos aeroportos.

O portal institucional da Infraero *Infraero.gov.br* pode ser utilizado para hospedar *hotsites*, além de apoiar na divulgação de campanhas publicitárias, sob determinadas especificações técnicas.

A Ouvidoria da Infraero é um canal consolidado de relacionamento com o público. Tem canais por meio de atendimento telefônico 0800, internet (formulário online), preenchimento de formulário físico nos aeroportos, envio de cartas ou pessoalmente em Brasília.

A Infraero dispõe de canais oficiais em redes sociais – Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, Flickr – que podem ser utilizados na ativação de campanhas publicitárias. Também há a *landing page* no Facebook e os aplicativos para smartphone Infraero Voos Online e Aeroporto (que mostram, respectivamente, os horários dos voos nos aeroportos, bem como as áreas comerciais e opções do que fazer no entorno de cada um deles (O app Infraero Voos Online possui cerca de 700 mil downloads).

10. Esforços Anteriores de Comunicação

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

Desde 2009, os principais esforços de comunicação da Infraero foram a campanha Fique por Dentro e a campanha Entregas (de obras). Na campanha Fique por dentro (que teve sua primeira edição veiculada entre o final de 2009 e o início de 2010), o objetivo era divulgar as atribuições da Infraero e dos demais entes na atividade aeroportuária brasileira. Os painéis instalados nos aeroportos abordavam conteúdos conforme cada etapa da viagem, permitindo ao passageiro conhecer as atribuições da Infraero e dos demais envolvidos na aviação civil diretamente no local. Em sua segunda edição, veiculada ao longo de 2011, outras ações foram incorporadas para dar maior visibilidade às informações, inclusive com interatividade com o público, entre elas o Guia do Passageiro - que tornou-se a publicação mais relevante do setor sobre direitos e deveres dos viajantes e a aplicativo Infraero Voos Online que já passa dos 700 mil downloads e está entre os aplicativos mais baixados do Brasil no segmento de turismo. Mais que uma campanha, o objetivo era criar uma plataforma de comunicação junto aos usuários dos aeroportos, modificando o caráter do relacionamento tradicional entre a Infraero e seus públicos. Essa aproximação real veio na forma da oferta de um serviço de informação de utilidade pública, que tornasse transparentes essas responsabilidades. Ao compreender com maior clareza o escopo de atuação correspondente a cada ator, os usuários puderam formar um juízo mais claro quanto à identidade e a qualidade do serviço prestado pela Infraero e passaram a saber, com maior precisão, a quem recorrer quando têm alguma dúvida ou reclamação, evitando a frustração por endereçar equivocadamente suas demandas. Outra inovação da campanha foi a entrada da Infraero nas redes sociais. Atualmente são cerca de 80 mil citações à empresa e seus principais aeroportos mensalmente nas redes e na blogosfera.

A campanha Fique Por Dentro foi bem percebida nos aeroportos com 32% de reconhecimento constatado em pesquisa de awareness*. Foi encerrada em 2012, mas deixou alguns produtos como o Guia e o Voos Online.

* pesquisa Investigação de Mercado – recall de campanha – Fique por Dentro II para Infraero, realizada pelo instituto Oslo-In em outubro de 2011.

Já a campanha de obras, iniciada em 2012, tinha como objetivo informar ao mercado regional as obras entregues e em curso nos aeroportos de cada cidade, para aprimorar a prestação do serviço e a comodidade dos seus usuários. Ela teve como praças prioritárias as localidades onde as obras estavam mais avançadas na ocasião do seu lançamento, são elas: Manaus, Confins, Fortaleza, Florianópolis, Curitiba e Rio de Janeiro. Nessas praças a campanha utilizou o meio rádio como mídia principal, reforçada por painéis instalados nos aeroportos mostrando o “antes” e “depois” da obra com recurso 3D. O conceito utilizado na campanha foi simples e direto “Mais conforto. Mais espaço. Mais segurança.”. Ela também teve anúncios veiculados nacionalmente em revistas de bordo e aviação com as principais obras em curso na rede Infraero.

Em 2014 a Infraero esteve presente na campanha de obras da Secretaria de Aviação Civil (SAC-PR) veiculada no mês de junho, na televisão aberta. A campanha mostrou as melhorias do setor, entre elas algumas obras concluídas em aeroportos da Infraero como Manaus, Recife, Salvador etc. Além de melhorias em aeroportos dos quais a empresa é sócia como Guarulhos e Brasília.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

A Infraero assina suas campanhas e peças publicitárias com a logo Infraero Aeroportos. Dados sobre os valores pagos nos últimos meses dos contratos vigentes podem ser obtidos no portal da Infraero (<http://www.infraero.gov.br>).

Brasília, 09 de setembro de 2014.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

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

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência ____/____/2015.

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 2015

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.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

ANEXO III

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

1. Preços Sujeitos a Valoração

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

- I) desconto, a ser concedido à INFRAERO, sobre os custos internos dos serviços executados por esta Licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, referentes a peças e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ...% (... por cento);
- II) honorários, a serem cobrados da INFRAERO, 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);
- III) honorários, a serem cobrados da INFRAERO, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: ...% (... por cento);
- IV) honorários, a serem cobrados da INFRAERO, 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 comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ...% (... por cento).

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

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de ...(...) dias corridos, contados de sua apresentação.

2. Reutilização de peças publicitárias – direitos autorais

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

2.1. Declaramos que, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, a INFRAERO pagará, no máximo, os seguintes percentuais em relação ao valor original de cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos, aos detentores de direitos sobre:

- I) Trabalhos de arte e outros: ...% (... por cento);
- II) Obras consagradas incorporadas a peças: ...% (... por cento).

2.1.1. Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à INFRAERO as vantagens obtidas.

2.1.2. Informar-se-á estar ciente e de acordo com as disposições alusivas à direitos autorais estabelecida na cláusula décima da minuta do contrato (anexo IV).

2.2. Para reutilização por períodos inferiores, os respectivos percentuais máximos serão obtidos pela regra de três simples.

..... -....., de.....de 2015

(nome da Licitante)

Representante legal

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

ANEXO IV

MINUTA DE CONTRATO

- 1 LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS
- 2 OBJETO
- 3 VIGÊNCIA
- 4 RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
- 5 OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA
- 6 OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
- 7 FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO
- 8 REMUNERAÇÃO
- 9 DESCONTO DE AGÊNCIA
- 10 DIREITOS AUTORAIS
- 11 CONDIÇÕES DE PAGAMENTO
- 12 GARANTIA
- 13 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
- 14 RESCISÃO
- 15 DISPOSIÇÕES GERAIS
- 16 FORO

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM O
..... E A EMPRESA

Contrato n°

A....., sediada em, na Rua, inscrito no CNPJ/MF sob o n°, doravante denominada CONTRATANTE, neste ato representado, brasileiro, residente e domiciliado nesta cidade, inscrito no CPF/MF sob o n°, portador da Carteira de Identidade n°, e a, estabelecida em....., na....., inscrita no CNPJ/MF sob o n°, doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada,, brasileiro, residente e domiciliado em, inscrito no CPF/MF sob o n°, portador da Carteira de Identidade n° , resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência n°, Processo n°, mediante os termos e condições a seguir:

1 LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei n° 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis n° 4.680, de 18.06.65, e n° 8.666, de 21.06.93.

1.1.1 Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto n° 6.555, de 08.09.08, do Decreto n° 4.563, de 31.12.02, do Decreto n° 57.690, de 01.02.66, do Decreto n° 3.722, de 09.01.01, da Instrução Normativa SLTI/MP n° 02, de 11.10.10,] e da Instrução Normativa SECOM n° 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 n° **005/DFLC/SEDE/2015** e seus anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços.

2 OBJETO

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

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 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.

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

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de comunicação e divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

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

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

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

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

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

2.5. Para a execução dos serviços e a seleção interna de que trata o art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010, a CONTRATANTE observará os termos do procedimento de seleção interna entre a CONTRATADA e a outra contratada em decorrência do processo licitatório que dei origem a este ajuste, cuja metodologia foi publicada no Diário Oficial da União de _____, seção _____, páginas _____.

3 VIGÊNCIA

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

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

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

4 RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA e pela outra contratada, em decorrência do processo licitatório que deu origem a este ajuste, estão estimadas em R\$ (..... reais), nos primeiros 12 (doze) meses.

4.2 As despesas decorrentes da contratação do objeto desta licitação correrão por conta de recursos próprios da INFRAERO, alocados nos seguintes códigos Orçamentários:

- ü 001.31107.051-6-20.114-9 – Publicidade Institucional;
- ü 001.31107.052-7-20.114-9 – Publicidade Mercadológica;
- ü 001.31107.050-5-20.114-9 – Publicidade de Utilidade Pública.

4.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignados nos próximos exercícios, no Programa de Dispêndios Globais, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

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

5 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.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade da 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 à CONTRATANTE.

5.1.3 Executar – 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 pela 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 à CONTRATANTE.

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

5.1.5.1 Pertencem à 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 comunicação e 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 à 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 da CONTRATANTE, preterindo veículos

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

5.1.5.3.1 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 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

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

- I. fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II. só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Disponibilização de Referências (SIREF), aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;
- III. apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no SIREF que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- IV. exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- V. a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- VI. juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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 da CONTRATANTE.

5.1.7.2 A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no Sistema de Referências de Custos (SIREF), de que trata o art. 28º da Instrução Normativa SECOM nº 7, de 19 de dezembro de 2014.

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

5.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

- a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;
- b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

5.1.7.5 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 tempos e ou espaços publicitários.

5.1.8 Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da 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;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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 da 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 da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

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

5.1.11 Apresentar à 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 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1 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 da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.11.1.1 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.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

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

- a) TV e Cinema: cópias em *Betacam*, e/ou DVD e/ou arquivos digitais;
- b) Internet: cópias em CD;
- c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;
- d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

5.1.12.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de uma 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 aprovadas pela CONTRATANTE.

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

5.1.15 Entregar à 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 a 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.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 5.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à 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, a 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 da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.
- 5.1.18 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.
- 5.1.19 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 5.1.20 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 5.1.21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.
- 5.1.22 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
- 5.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- 5.1.24 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

- 5.1.25 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 5.1.26 Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 5.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.
- 5.1.28 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.
- 5.1.29 Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 5.1.30 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.
- 5.1.31 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.
 - 5.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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.

6. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) 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) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;
- e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

7 FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 Serão nomeados um Gestor ou Fiscal titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências,

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

- 7.2 A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.
- 7.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.
- 7.4 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.
- 7.5 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.
- 7.6 A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.
- 7.7 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.
- 7.8 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.
- 7.9 À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.
- 7.10 A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.
- 7.10.1 A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

7.10.3 A CONTRATADA entregará até o final do mês de julho para a CONTRATANTE, o portfólio das ações realizadas no semestre anterior, a fim de subsidiar a avaliação semestral dos serviços prestados.

8 REMUNERAÇÃO

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

8.1.1 Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes 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 comunicação e 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: ...% (... por cento)

8.1.4(..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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 da 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:

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 comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

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

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 da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

8.4.1 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.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

9 DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, 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 da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

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

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

9.2.1.1 Quando a política de preços for similar à praticada no Brasil, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência a ser concedido pelos veículos de comunicação e divulgação à base do percentual bruto praticado em cada país, que incidirá sobre os preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, e repassará à CONTRATANTE, sob forma de desconto, o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo, no ato de pagamento de cada uma das respectivas faturas.

10. DIREITOS AUTORAIS

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

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

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

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

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

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

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo % (..... 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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo ... % (... por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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

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

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

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

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 à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;
- II que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;
- III. que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

11. LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

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

- I. a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRANTE, CNPJ nº, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;
- II. a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;
- III. os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

- 11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no seguinte endereço:

Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária - INFRAERO
Protocolo Geral
SCS, Quadra 03, Bloco A, Lotes 17/18,
Edifício Oscar Alvarenga, térreo, em Brasília-DF.

- 11.1.2 O Gestor ou Fiscal 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 trata o subitem 11.1;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

II. serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

- a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;
- d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

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

11.2.2 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

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

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

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

- I. Revista: exemplar original;
- II. Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;
- III. demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1 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: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;
 - I.1) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento ‘composto’ contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.
 - I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II Mídia Exterior:

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, 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, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

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

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

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

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

I. não estiver cadastrada no SICAF;

95

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

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

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

11.8 No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, “pro rata tempore”.

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

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

11.10 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

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

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

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

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

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

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

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

12. GARANTIA

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

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

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

12.4.1 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.5 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 60 (sessenta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

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

13 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, ressalvados os casos fortuitos ou de força maior devidamente comprovados e aceitos pela CONTRATANTE, poderá acarretar à CONTRATADA a aplicação das seguintes sanções:

13.1.1 advertência;

13.1.2 multa de até 2,5% (dois vírgula cinco por cento) do valor global estimado deste contrato ;

13.1.3 rescisão contratual e multa de 10% (dez por cento) do valor global anual deste Contrato, quando a falta, no entender da CONTRATANTE justificar a aplicação destes atos, podendo ainda ficar impedida de licitar e contratar com a INFRAERO e ser descredenciada no SICAF, ou nos sistemas de cadastramento de fornecedores a que se refere o inciso XIV do artigo 4º da Lei nº 10.520/2002, de 17 de julho de 2002, pelo prazo de até 05 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas neste Contrato e das demais cominações legais;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

13.1.4 responder por perdas e danos, ocasionados à CONTRATANTE, os quais serão apurados em competente processo, levando-se em conta as circunstâncias que tenham contribuído para a ocorrência do fato;

13.1.5 suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a INFRAERO, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

13.1.6 declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, pelo prazo de até 05 (cinco) anos ou enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior.

13.2.Serão aplicadas as sanções previstas na Lei 12.846/2013 à Contratada que:

a) Fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente;

b) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo;

c) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais; ou

d) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com a administração pública;

13.3.A CONTRATADA ficará, ainda, sujeita à multa de 0,2% (dois décimos por cento) do valor deste contrato, caso descumpra qualquer outra condição contratual ajustada, e em especial quando:

a) não se aparelhar convenientemente para a execução do objeto contratado;

b) por qualquer modo impedir ou dificultar os trabalhos do Órgão de Fiscalização;

c) deixar de atender determinação do Órgão de Fiscalização para reparar ou refazer serviços não aceitos.

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- 13.4 O valor da multa aplicada, após esgotado o prazo recursal, será deduzido da fatura do mês em que a fase, parcela ou etapa dos serviços for efetivamente concluída. Caso o crédito da CONTRATADA junto à CONTRATANTE seja insuficiente para cobrir a penalidade aplicada, o valor poderá ser cobrado através de competente processo judicial;
- 13.5 A CONTRATADA, notificada da multa que lhe foi aplicada, terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data da notificação, para interpor recurso junto à CONTRATANTE;
- 13.4.1 a autoridade competente, ouvida a FISCALIZAÇÃO, decidirá pela procedência ou não do recurso;
- 13.5.2 a devolução do valor pertinente à multa aplicada, face ao provimento do recurso, será corrigido pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, “*pro rata tempore*”.
- 13.6 A não renovação, tempestivamente, da Garantia de Cumprimento do Contrato ensejará a suspensão de pagamentos até a regularização do respectivo documento, independentemente da aplicação das sanções contratuais.

14. RESCISÃO

- 14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.
- 14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:
- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
 - b) for envolvida em escândalo público e notório;
 - c) quebrar o sigilo profissional;
 - d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
 - e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
 - f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato; e
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1.

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

14.3 Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

15 DISPOSIÇÕES GERAIS

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

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

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

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

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

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

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

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

16 FORO

16.1 Para dirimir quaisquer dúvidas ou questões relacionadas com este Edital ou com o Contrato vinculado a esta licitação, a empresa Licitante deve se subordinar ao foro da Justiça Federal, Seção Judiciária da Capital Federal, com exclusão de qualquer outro.

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

Local, ____ de _____ de 2015.

CONTRATANTE
CONTRATADA

TESTEMUNHAS :

Nome:

Cart.Ident.:

Nome:

Cart.Ident.:

DJCN	LCIC

Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade compreendendo do 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 o princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições, ou ainda de informar o público em geral.

DFLC	Fls. N°

ANEXO V

PROTOCOLO DE ENTREGA

Processo: Concorrência nº 005/DFLC/SEDE/2015

Data de Abertura da Licitação: __/__/__

Objeto: CONTRATAÇÃO_____.

EMPRESA:	
Endereço:	
E-mail: (Obrigatório)	

CNPJ:	
REPRESENTANTE:	
IDENTIDADE:	DATA: ____/____/20__
CPF:	Tel.:

Recebi da Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária – Infraero, o CD/DVD contendo toda a documentação referente ao Edital e seus Anexos relativos à contratação em tela.

Estou ciente que o valor de R\$ ____,__ deverá ser pago por intermédio de boleto bancário que será encaminhado nos próximos dias pela INFRAERO ao endereço eletrônico: _____ e, ainda, que a ausência do pagamento no prazo estabelecido implicará na inscrição do devedor no SERASA e CADIN.

ASSINATURA DO REPRESENTANTE

DJCN	LCIC