

Edital 7/2024

Informações Básicas

Número do artefato	UASG	Editado por	Atualizado em
7/2024	183023-INST.NAC.DE METROLOGIA QUALIDADE E TECNOLOGIA	ALICIA DAIANA OLIVEIRA BENTES	29/05/2024 15:07 (v 2.0)
Status	CONCLUIDO		

Outras informações

Categoria	Número da Contratação	Processo Administrativo
V - prestação de serviços, inclusive os técnico-profissionais especializados/Serviço continuado sem dedicação exclusiva de mão de obra		0052600.011744 /2023-99

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 O Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro, doravante denominado contratante, neste ato representado pela Comissão Especial de Licitação designada pela Portaria Inmetro/DIRAF nº 38, de 15 de março de 2024, torna público aos interessados que realizará, na forma presencial, concorrência do tipo melhor técnica, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

1.2.1 Aplicam-se também a esta concorrência os Decretos nº 6.555/2008, nº 57.690/1966 e nº 3.722/2001, as Instruções Normativa SECOM nº 1/2023 e SEGES/MGI nº 12/2023, no que couber, e as disposições deste Edital.

2. OBJETO

OBJETO

2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

2.1.1 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 sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução do contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
- c) à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

2.1.1.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2 O planejamento, previsto no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) e digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

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

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do contratante, o público-alvo e os meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação, nos quais serão difundidas as peças e as campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de comunicação e divulgação.

2.2 Para a prestação dos serviços serão contratadas 2 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas, conforme métrica estabelecida no art. 5º, § 1º, da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

2.2.1 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.

2.2.2 As agências atuarão por ordem e conta do contratante, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3 As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.

2.2.4 As agências atuarão conforme solicitação do contratante, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.

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

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS

VALOR CONTRATUAL E RECURSOS

3.1 O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 40.000.000,00** (quarenta milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2024 consta da Lei Orçamentária Anual – 2024:

Funcional programática	Ação	Programa
22.122.0032.2000.0001	2000	0032

3.3 O contratante se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4 No interesse do contratante, as contratadas ficarão 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 do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei nº 14.133/2021.

3.4.1 Se houver acordo entre as partes, as supressões poderão exceder o percentual estabelecido no subitem anterior.

3.5 Se o contratante optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento das despesas previstas.

3.5.1 Na prorrogação, o contratante renegociará, se necessário, os percentuais de remuneração praticados com as contratadas, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter vantajosidade para a Administração e/ou garantir o equilíbrio econômico-financeiro do contrato.

3.5.2 O contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com as contratadas, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

4.2 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o contratante;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o contratante;
- f) que estejam reunidas em consórcio;
- g) em forma de cooperativa;
- h) que atuem sem fins lucrativos.

4.2.1 Nos termos do art. 5º do Decreto nº 9.507/2018, é vedada a contratação de pessoa jurídica na qual haja administrador ou sócio com poder de direção, que seja familiar de: a) detentor de cargo em comissão ou função de confiança que atue na área responsável pela demanda ou contratação; ou b) autoridade hierarquicamente superior no âmbito do contratante.

4.2.1.1 Para fins do disposto no subitem 4.2.1, considera-se familiar o cônjuge, o companheiro ou parente em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até terceiro grau.

4.2.2 Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União (TCU), e no art. 91, § 4º, da Lei 14.133/2021.

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

4.4 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 1.1.1.1 do Apêndice 1 do Projeto Básico (Anexo 1) e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e 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.

4.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnicas, das Propostas de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o contratante, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. ACESSO AO EDITAL

ACESSO AO EDITAL

5.1 O acesso a este Edital poderá ser feito por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

- www.gov.br/pncp/pt-br
- www.inmetro.gov.br

5.2 O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial da União e no endereço eletrônico citado no subitem anterior eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1 Pedidos de esclarecimentos sobre esta concorrência deverão ser feitos à Comissão Especial de Licitação, pelo e-mail colic@inmetro.gov.br, em até 3 (três) dias úteis antes da abertura do certame.

6.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos em até 3 (três) dias úteis, exclusivamente mediante divulgação na internet, no sítio www.inmetro.gov.br, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo ou expressão que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

6.1.3 É de inteira responsabilidade das licitantes acessar assiduamente o referido sítio para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.4 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnicas e das Propostas de Preços previstos no subitem 9.2.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser realizado na forma eletrônica, pelo e-mail colic@inmetro.gov.br, observado o prazo mencionado no subitem 7.4.

7.2 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

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

7.4 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, no sítio www.inmetro.gov.br, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

7.5 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Especial de Licitação, o cidadão e/ou licitante que não se manifestar em até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

CREDENCIAMENTO DE REPRESENTATES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação 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 em cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório.

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 1. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.1.3 Os documentos mencionados nos subitens 8.1, 8.1.1 e 8.1.2 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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 9.2.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, DAS PROPOSTAS DE PREÇOS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1 As Propostas Técnicas, as Propostas de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 5 (cinco) invólucros distintos e separados.

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

- dia: 19/07/2024; hora: às 10h30
- local: Setor de Indústrias Gráficas, Quadra 1, Lote 985 - 1º andar - Centro Empresarial Parque Brasília.

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

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

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

9.5 O recebimento e a abertura dos invólucros e os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 19, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA, DA PROPOSTA DE PREÇOS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

10.1 A entrega da Proposta Técnica, da Proposta de Preços e dos Documentos de Habilitação será feita de acordo com as disposições do Apêndice 1 do Projeto Básico (Anexo 1)

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

(Em conformidade ao Apêndice 2)

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	1. Raciocínio Básico
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	3. Ideia Criativa
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
	I. Clientes

1. Capacidade de Atendimento	II. Profissionais
	III. Infraestrutura
	IV. Sistemática de Atendimento
	V. Informações de Marketing e Comunicação
1. Repertório	
1. 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.

11.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 11.2.2;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; não há padrão exigido para as margens superior e inferior;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observadas as disposições dos subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3; permitida a utilização de itálico, negrito e sublinhado;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea ‘b’ do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6.

11.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 8 a 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.

11.2.3 Os gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I. ser editados em cores;
- II. ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III. ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV. ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, infográficos, tabelas e ou planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4 Os exemplos de peças integrantes da Ideia Criativa deverão ser apresentados separados do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2.

11.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.1.1.2 do Apêndice 1 do Projeto Básico (Anexo 1).

11.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, 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 prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.1.1.2 do Apêndice 1 do Projeto Básico (Anexo 1).

11.2.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo 4), observadas as seguintes orientações:

11.3.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4).

11.3.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing (Anexo 4), compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4), com a descrição de cada uma;
- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3.

11.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas

fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;
- c) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;
- d) boneca' ou layout montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real, ampliado ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2 Na elaboração de 'monstro' ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3 Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4 O 'monstro' ou layout eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.

11.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

11.3.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária e a Ideia Criativa propostas, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, infográficos e ou planilhas, contemplando:

- a) estratégia de mídia e não mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;
- b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação;

c) plano de mídia: composto de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículo e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

d) plano de formas inovadoras de comunicação publicitária: composto por planilhas com a indicação de uso de plataformas de comunicação e divulgação, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de performance (KPI);

e) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis).

11.3.4.1 Na estratégia de não mídia deverão ser apresentadas as iniciativas publicitárias que não envolvam a aquisição de espaços e tempos publicitários, tais como o uso de canais proprietários do Inmetro, a divulgação de conteúdos publicitários em suas plataformas e redes (sociais, vídeo, áudio etc.), em formato orgânico, entre outros a critério da licitante.

11.3.4.2 Todas as peças publicitárias que integrem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.3 O plano de mídia e não mídia e/ou de formas inovadoras de comunicação deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas de comunicação e divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separados por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;
- e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), de acordo com o disposto nos subitens 11.3.4.3.1 e 11.3.4.3.2.
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a plataformas de comunicação e divulgação;

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

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

i) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária ou material publicitário de não mídia;

11.3.4.3.1 No caso de soluções via plataformas de comunicação e divulgação, deverão ser considerados os valores de tabela cheia dos fornecedores que operam com tabela e/ou os valores resultantes das simulações feitas nessas plataformas de comunicação e divulgação, conforme os parâmetros, objetivos e formatos de compra definidos na estratégia de mídia proposta pela licitante.

11.3.4.3.2 Para fins desta concorrência, enquadram-se na categoria de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação) as ações destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, a exemplo das redes sociais, dos sites de buscas e das plataformas digitais (Facebook, Google, Instagram, Twitter, TikTok, Kwai, LinkedIn e YouTube, entre outros).

11.3.4.4 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação que operam com tabelas públicas deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

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

c) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.4.4.1 Caso o Edital desta concorrência 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 11.3.4.4 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I. ter a identificação da licitante;

II. ser datado;

III. estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, infográficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas:

- a) Subquesito I – Clientes: relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) Subquesito II – Profissionais: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) Subquesito III – Infraestrutura: infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato;
- d) Subquesito IV – Sistemática de Atendimento: sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e
- e) Subquesito V – Informações de Marketing e Comunicação: relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Inmetro, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1 Os documentos, informações e peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

11.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2019.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

11.8.2 Para cada peça publicitária 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 ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

11.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a programa, política ou ação do contratante divulgado ao abrigo de contrato firmado com órgão do Governo Federal.

11.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1 Os documentos, informações e peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- I. deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II. deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura do funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III. não pode referir-se a programa, política ou ação do contratante divulgado ao abrigo de contrato firmado com órgão do Governo Federal;

IV. deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1 A validação poderá ser feita na última página do próprio Relato elaborado pela licitante ou em documento separado (em papel timbrado do cliente), o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10.

11.10.2 A validação será constituída, pelo menos, do ateste do Relato, do nome empresarial do cliente, do nome do signatário, de seu cargo/função e de sua assinatura.

11.10.3 As ações dos Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2019.

11.10.4 É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I. as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, 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 qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III. para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver. As fichas gráficas podem ser apresentadas antes ou depois da validação do respectivo Relato e não serão consideradas no limite de páginas previsto no subitem 11.10.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

(Em conformidade ao Apêndice 2)

12.1 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.

12.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica cuja constituição obedecerá às disposições a serem estabelecidas no Edital desta concorrência.

12.2.1 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice e no Edital.

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

12.3.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.3.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4).

12.3.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Inmetro, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Inmetro, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4);
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

12.3.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) a pertinência da campanha publicitária ao desafio e aos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4) e o seu alinhamento com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- b) a adequação das peças aos meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação e aos canais proprietários do Inmetro;
- c) a originalidade da solução criativa, a criatividade na combinação dos elementos que a constituem e sua capacidade de contribuir para a superação do desafio e o alcance dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4);
- d) a adequação da linguagem aos públicos-alvo, a clareza e a precisão das mensagens e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento prevista no Briefing (Anexo 4).

12.3.1.4 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4);
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia e/ou das formas inovadoras de comunicação publicitária;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.3.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) Subquesito I – Clientes: o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) Subquesito II – Profissionais: a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Inmetro;
- c) Subquesito III – Infraestrutura: a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do contratante na execução do contrato;
- d) Subquesito IV – Sistemática de Atendimento: a funcionalidade do relacionamento operacional entre o contratante e a licitante; e
- e) Subquesito V – Informações de Marketing e Comunicação: a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Inmetro.

12.3.3 Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e a precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.3.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

- b) a originalidade e contemporaneidade da solução publicitária proposta em todos os seus elementos;
- c) a adequação das peças às características dos públicos-alvo e dos meios de divulgação;
- d) a qualidade da produção e da execução e do acabamento das peças;
- e) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- f) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos.

12.4 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.4.1 Além de examinar o atendimento, pelas licitantes, das disposições estabelecidas para a apresentação e julgamento das Propostas, a Subcomissão Técnica deverá efetuar um exame comparativo entre as Propostas apresentadas em relação a cada quesito e subquesito.

12.4.1.1 A comparação entre as propostas deverá aferir o maior ou menor grau de adequação de cada uma aos critérios de julgamento.

12.4.1.2 As diferenças de grau de adequação entre as Propostas deverão refletir-se na gradação das pontuações atribuídas a cada quesito e subquesito.

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

Quesitos	Pontuação máxima
1. Plano de Comunicação Publicitária	65
1. Raciocínio Básico	5
2. Estratégia de Comunicação Publicitária	25
3. Ideia Criativa	25
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
1. Capacidade de Atendimento	15
I. Clientes	3

II. Profissionais	6
III. Infraestrutura	2
IV. Sistemática de Atendimento	1
V. Informações de Marketing e Comunicação	3
1. Repertório	10
1. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação total	100

12.4.2.1 Cada membro da Subcomissão Técnica fará análise individualizada e julgamento de cada quesito e subquesito e observará as seguintes condições:

- a) cada peça do quesito Repertório poderá receber, no máximo, 1 (um) ponto;
- b) cada Relato do quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação poderá obter, no máximo, 5 (cinco) pontos.

12.4.3 A pontuação final de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica, expressa em 2 (duas) casas decimais.

12.4.4 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

12.4.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.5 Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 2.6.

12.5.1 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem classificada, será assim considerada a licitante que obtiver a maior pontuação,

sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.5.2 Se ainda assim persistir o empate, a decisão será feita por sorteio, na forma a ser disciplinada no Edital desta concorrência.

12.6 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, resulte, inequivocamente, na identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.6.1 Ante a ocorrência da situação de que trata a alínea ‘a’ do subitem anterior, a Subcomissão Técnica deverá registrar em ata o nome da licitante identificada e o motivo concreto e inequívoco que constituiu a identificação.

12.7 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender a outras exigências deste Edital, de seus Anexos e Apêndices, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto nos subitens 18.4 e 19.2.7.1.

13. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS E EXAME DA CONFORMIDADE DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

13.1 As orientações pertinentes à apresentação das Propostas de Preços e as disposições relacionadas ao exame de sua conformidade estão estabelecidas no Apêndice 3 do Projeto Básico (Anexo 1).

14. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

14.1 Serão declaradas vencedoras do julgamento final das Propostas as 2 (duas) licitantes que tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas e tenham apresentado a Proposta de menor preço ou tenham concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no art. 61, §1º, da Lei nº 14.133/2021.

15. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS

APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

(Em conformidade com o Apêndice 4)

15.1 Os Documentos de Habilitação, a serem apresentados pelas 2 (duas) licitantes vencedoras da etapa de julgamento final das Propostas, nos termos do item 14, deverá ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados em uma das seguintes formas:

- I. em via original;
- II. sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial;
- III. em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública;
- IV. em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

15.1.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

15.1.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

15.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista dos subitens a seguir:

15.2.1 Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

15.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) regularidade perante as Fazendas federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
- 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) regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- f) regularidade perante a Justiça do Trabalho;

15.2.2.1 Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

15.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

15.2.2.3 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 indicativa de prazo distinto.

15.2.3 Qualificação Técnica:

- a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232 /2010;
 - b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;
 - b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

15.2.4 Qualificação Econômico-financeira

- a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

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

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

b) balanço patrimonial, demonstrações de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no § 6º do art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º 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 no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

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 no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
- c) termo de abertura e encerramento;
- d) requerimento de autenticação de Livro Digital;
- e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

15.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio 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.

15.2.4.2 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 15.2.4, 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):

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

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

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

Passivo Circulante

b) do balanço referido no subitem 15.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (≥ 1):

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

15.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 15.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

15.2.4.4 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 15.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 5% (cinco por cento) do valor estipulado no subitem 3.1.

15.2.5 Declarações:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº 7/2024

<nome da licitante, 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 VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, 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 a ressalva a seguir:>

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

local e data>

<representante legal da licitante

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

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº 7/2024

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante, doravante denominada <nome de fantasia>, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 15.2.5, 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 <nome da licitante>, e que 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 Inmetro, 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

15.3 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.

15.4 A inscrição no sistema de registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), a que se referem os arts. 87 e 88 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro de seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 15.2.1 e nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 15.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao contratante a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

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

- a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas ‘b’, ‘b1’ e ‘b2’ do subitem 15.2.3;
- c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 5% (cinco por cento) do valor estipulado no subitem 3.1, 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 16.2 – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);
- d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 15.2.5.

15.5.1 Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea ‘c’ do subitem 15.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea ‘b’ do subitem 15.2.4 ou, se for o caso, a alínea ‘b’ do subitem 15.2.4.1.

15.5.2 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. JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS

JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

(Em conformidade com o Apêndice 4)

16.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das 2 (duas) licitantes de que trata o item 14 e as julgará habilitadas se atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 15.

16.2 Em complemento à análise dos documentos da licitante que optou por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 15.5, será realizada consulta on-line no SICAF, com vistas a verificar a conformidade dos documentos de habilitação, cuja consulta será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

16.2.1 A Declaração referente à situação da licitante 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 licitante.

16.3 Para a análise da habilitação das licitantes também serão realizadas consultas: ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União (TCU).

16.4 Se alguma licitante não restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes remanescentes para a apresentação dos Documentos de Habilitação, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas e desde que tenham sido consideradas classificadas no julgamento das Propostas de Preços.

17. JULGAMENTO FINAL DA CONCORRÊNCIA

JULGAMENTO FINAL DA CONCORRÊNCIA

17.1 Serão vencedoras desta concorrência as 2 (duas) licitantes que tenham sido consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas, nos termos do item 14, e tenham sido habilitadas, observadas as disposições do item 16.

18. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

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 constituída por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que tenham atuado em uma dessas áreas nos últimos quatro anos, sendo pelo menos um ano de forma ininterrupta em atividades correlacionadas ao objeto desta licitação.

18.2.1 Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o contratante, e serão indicados pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, conforme disposto no art. 43, VII, da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023 e no art. 10-A do Decreto nº 6.555/2008.

18.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá pelo menos 6 (seis) integrantes com vínculo com o contratante e pelo menos 3 (três) sem vínculo com o contratante, previamente cadastrados pela Comissão Especial de Licitação.

18.3.1 Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

18.3.1.1 Para composição da relação prevista no subitem 18.3, a Comissão Especial de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 18.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

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

18.3.3 O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o contratante, nos termos dos subitens 18.2.1, 18.3 e 18.3.1.

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

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

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

18.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 18.3 e 18.3.1.

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

18.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 18.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

18.4 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e em seus Anexos e Apêndices busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei nº 14.133/2021.

18.4.1 Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que integrarão os autos desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

Termo de Responsabilidade

1. Eu, , Matrícula nº, lotado/a, integrante da Comissão Especial de Licitação responsável pelo processamento da Concorrência nº 7/2024, de responsabilidade do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro, para a contratação de agência de propaganda, regida pela Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação a qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços apresentadas pelas licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos das Leis nº 12.813/2013 e nº 14.133/2021, a NÃO:

I – divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial de Licitação;

II – exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial de Licitação que agora integro;

IV – atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro/a ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possam ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial de Licitação;

VI – receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial de Licitação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: _____ de _____ de _____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Orientações Gerais

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é 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.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das Propostas Técnicas, observadas as disposições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos e Apêndices, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro ou de origem, nem da Comissão Especial de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independentemente do cargo/função exercida no Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro ou no órgão de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro ou no órgão de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

Termo de Responsabilidade

1. Eu,, Matrícula nº, vinculado/a ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de concorrência realizado pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro, para a contratação de agência de propaganda, regido pela Lei nº 12.232 /2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680 /1965 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos das Leis nº 12.813/2013 e nº 14.133/2021, a NÃO:

I – divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na concorrência em comento;

III – exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que ora integro para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da concorrência em comento;

IV – atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da concorrência;

V – praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro/a ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possam ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou ao Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro; e

VIII – participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial de Licitação.

Data: ____ de _____ de _____.

_____Assinatura

18.4.1.1 Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1 As sessões públicas serão presenciais, 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 As sessões públicas serão gravadas em áudio e vídeo e juntadas aos autos depois de seu encerramento, nos termos do art. 17, § 5º, da Lei nº 14.133/2021. O vídeo contendo a gravação da primeira sessão pública só será divulgado após a realização da sessão pública destinada à identificação da autoria das Propostas Técnicas (alínea 'c' do subitem 19.3), com o fim de garantir que o teor apócrifo das propostas não seja violado.

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

19.1.3 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.

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

19.1.5 Os julgamentos das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

19.1.6 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as propostas ou à adjudicação do objeto da licitação às vencedoras, de acordo com os Termos de Responsabilidade a serem firmados pela Comissão Especial de Licitação e pela Subcomissão Técnica, observados os modelos dispostos no subitem 18.4.1.

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

19.1.8 A Comissão Especial de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las 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 9.2 e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

19.2.1 Se o Invólucro nº 1 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, a Comissão de Licitação não poderá receber esse invólucro, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

19.2.2 Se o Invólucro nº 1 apresentar menção a nome, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2, o fato será registrado em ata para que a Subcomissão Técnica decida se pode ou não julgar a proposta, à vista das regras deste Edital e da Lei nº 12.232/2010.

19.2.3 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 do Invólucro nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 19.

19.2.3.1 A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 19.2.3, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

19.2.3.1.1 Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Licitação.

19.2.3.2 Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação ou os representantes das licitantes identificarem, inequivocamente, a autoria de Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.3.2.1 A desclassificação constará da ata da sessão, em que serão registrados, pelo menos, o nome de quem identificou a licitante, o nome da licitante identificada e o motivo concreto e inequívoco que constituiu a identificação.

19.2.4 A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 19.2.3.

19.2.5 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.

19.2.6 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 19.2.7 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 20, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

19.2.6.1 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 20, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 20.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 1;
- d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.

19.2.7.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base no subitem 12.7, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.8 As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 19.2.7 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada 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 constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 20, 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 os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de 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, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.5.2, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 20, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 21.

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, a partir de solicitação da 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 classificadas no julgamento técnico, na forma do item 20, 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 as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências previstas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) declarar as 2 (duas) vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, nos termos dispostos no item 14;
- f) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços será publicado na forma do item 20, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 21.

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 2 (duas) licitantes vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, na forma do item 20, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das 2 (duas) licitantes vencedoras da etapa anterior, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 20, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'a' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;
- g) informar que será publicado, na forma do item 20, os nomes das 2 (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.

20. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

20.1 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 Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e no Diário Oficial da União é obrigatória:

- a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) no sítio www.inmetro.gov.br;
- c) no sítio www.gov.br/pncp/pt-br;
- d) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

21. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

RECURSOS ADMINISTRATIVOS

21.1 Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida.

21.1.1 O prazo previsto no subitem 21.1 será contado a partir do dia seguinte ao da disponibilização dos autos da licitação aos interessados na internet, no sítio www.inmetro.gov.br.

21.1.1.1 No caso do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Especial de Licitação digitalizará e publicará as propostas das licitantes referentes aos Invólucros nº 1 e nº 3, as respectivas atas de julgamento e as planilhas com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, de que tratam as alíneas 'c' e 'f' do subitem 19.2.7.

21.2 Interposto o recurso, este será publicado no sítio www.inmetro.gov.br para conhecimento das demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 3 (três) dias úteis. Eventuais contrarrazões aos recursos serão publicadas no mesmo sítio.

21.3 Recursos e contrarrazões serão encaminhados digitalizados em arquivo editável ao e-mail colic@inmetro.gov.br.

21.4 Não será conhecido recurso ou contrarrazões interpostos fora do prazo legal e ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

21.5 Recebida(s) a(s) contrarrazões ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo máximo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, encaminhar o recurso com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados do recebimento dos autos.

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

22. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

22.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às (duas) licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 29.9.

23. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

23.1 As licitantes vencedoras terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar os respectivos instrumentos de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo 3.

23.1.1 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do contratante, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

23.1.2 Se alguma licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas e desde que tenham sido consideradas classificadas no julgamento das Propostas de Preços, para a apresentação dos Documentos de Habilitação com vistas à assinatura de contrato, nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 90, § 5º, da Lei nº 14.133/2021

23.2 Antes da celebração do contrato, o contratante efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União (TCU).

23.3 O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo 3).

23.4 O contratante poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato (Anexo 3).

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

23.6 As contratadas centralizarão o comando da publicidade do contratante no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato (Anexo 3).

23.7 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

24. GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

24.1 A contratada, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura do contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 2,5% (dois inteiros e cinco décimos por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 do contrato.

24.1.1 Se a contratada optar pelo seguro-garantia, o prazo acima será de 1 (um) mês.

24.1.2 Esses prazos poderão ser prorrogados, a juízo do contratante, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela contratada.

24.1.3 A inobservância dos prazos fixados para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.5.1 da Cláusula Décima Terceira do contrato.

24.1.4 O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 24.1 e 24.1.1, autoriza o contratante a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem os incisos I e II do art. 137 da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e no contrato.

24.2 Caberá à contratada escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

- caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- seguro-garantia;
- fiança bancária.

24.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

24.4 Se a opção for pelo seguro-garantia:

- a) a apólice indicará o contratante como beneficiário e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;
- b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à contratada.

24.5 Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

- a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;
- b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao contratante, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

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

24.6 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.

24.7 A garantia, em qualquer modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados ao contratante ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;

III) multas moratórias e punitivas aplicadas pelo contratante à contratada; e

IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela contratada.

24.7.1 A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 24.7.

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

24.9 Sem prejuízo das sanções previstas em lei e no contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

24.10 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada ao contrato, 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 do contratante.

24.11 Se houver acréscimo ao valor do contrato, a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do contratante.

24.12 Na hipótese de prorrogação do contrato, o contratante exigirá nova garantia, escolhida pela contratada entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

24.13 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue ao contratante no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

24.14 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da contratada, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência do contrato, mediante certificação, por seu

fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações assumidas no contrato.

24.14.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

24.15 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com o contratante, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 24.2.

24.15.1 Aceita pelo contratante, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

25. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS E DO CONTRATANTE

25.1 Constituem obrigações das contratadas, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

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

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

25.1.2.1 A contratada deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

- a) 2 (dois) profissionais de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- b) 2 (dois) profissionais de criação, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- c) 1 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área
- d) 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área; e
- e) 1 (um) profissional de análise de dados (business intelligence), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 3 (três) anos na área.

25.1.2.2 A contratada se obriga, mediante solicitação do contratante, a ajustar, ao longo da execução contratual, as quantidades e as qualificações da estrutura de atendimento, em função do volume e das características dos serviços.

25.1.3 Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo contratante.

25.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem ao contrato, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.

25.1.4.1 A qualificação dos profissionais da contratada, especificada no subitem 25.1.2.1 deve ser mantida durante toda a vigência do contrato, a fim de garantir integralmente a qualidade dos serviços prestados ao contratante. Eventual substituição de profissional deverá ser previamente comunicada pela contratada ao contratante e poderá ocorrer desde que o nível de experiência e qualificação seja equivalente ou superior ao do profissional anterior.

25.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir ao contratante todas as vantagens obtidas.

25.1.5.1 Pertencem ao contratante todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

25.1.5.1.1 O disposto no subitem 25.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à contratada, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

25.1.5.2 Eventual desconto por antecipação de pagamento será igualmente transferido ao contratante, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

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

25.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 25.1.5.3 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 no contrato.

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

25.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados ao contratante:

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

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Referências de Custos (SIREF), mantido pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria Geral da Presidência da República, de que trata o art. 20 da Portaria SECOM/MCOM nº 5.318/2022, aptos a fornecer à contratada bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

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

IV - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

V - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

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

VII - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da contratada responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

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

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

- 25.1.7.3 O contratante procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores, entre as fontes disponíveis de referência de preço, conforme o caso.
- 25.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, o contratante poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela contratada, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.
- 25.1.7.5 A contratada está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.
- 25.1.7.6 Cabe à contratada informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.
- 25.1.7.7 As disposições dos subitens 25.1.7 e 25.1.7.6 não se aplicam à compra de mídia.
- 25.1.8 Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto do contrato, à prévia e expressa anuência do contratante.
- 25.1.8.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:
- I. um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;
 - II. algum dirigente ou empregado da contratada tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.
- 25.1.9 Obter a autorização prévia do contratante, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com o contrato.
- 25.1.9.1 A contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta do contratante, se previamente tiver sido por ele expressamente autorizada.
- 25.1.9.1.1 A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da contratada sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia e de formas inovadoras de comunicação publicitária por ela apresentados, para as ações a serem executadas durante a vigência do contrato.

25.1.9.1.2 Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a contratada obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias do contratante em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

25.1.9.1.3 Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a contratada também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

25.1.10 Apresentar ao contratante, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação 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 da Minuta de Contrato, 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.

25.1.11 Apresentar ao contratante, como alternativa ao subitem 25.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação 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 da Minuta de Contrato, 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.

25.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 25.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade do contratante, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a contratada.

25.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 25.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura do contrato.

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

25.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 25.1.11, o contratante poderá solicitar novo estudo à contratada e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

25.1.11.2 Ao firmar contrato com empresas de checagem independente a contratada deverá fazer constar no referido instrumento que o contratante terá acesso ao relatório de checagem, de que trata o inciso III do subitem 11.2 da Minuta de Contrato, bem como aos dados brutos que lhe deram origem.

25.1.12 Encaminhar, sempre que solicitado pelo contratante, sem ônus para este, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

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

25.1.12.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação do contratante.

25.1.13 Prestar os seguintes serviços ao contratante, como resultado da concorrência que deu origem ao contrato:

- a) manutenção de acervo da propaganda do contratante, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução do contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução do contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

25.1.13.1 O banco de imagens será constituído e mantido contratada, a suas expensas, reservada ao contratante a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

25.1.14 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 25.1.12. e 25.1.13.

25.1.15 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo contratante.

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

25.1.17 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a contratada e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre o contratante e a contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

25.1.17.1 O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela contratada ao contratante após sua realização, e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.

- 25.1.17.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o contratante solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.
- 25.1.18 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do contratante, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da contratada pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria contratada ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.
- 25.1.19 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolvam o nome do contratante, sem sua prévia e expressa autorização.
- 25.1.20 Prestar esclarecimentos ao contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a contratada, independentemente de solicitação.
- 25.1.21 Não caucionar ou utilizar o contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 25.1.22 Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem ao contrato, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.
- 25.1.23 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.
- 25.1.24 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.
- 25.1.25 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 25.1.26 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.
- 25.1.27 Apresentar, quando solicitado pelo contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 25.1.28 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e o próprio contratante.

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

25.1.29.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e sujeitará a contratada às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

25.1.30 Responder perante o contratante e fornecedores de bens e de serviços especializados 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 do contrato.

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

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

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

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

25.1.34 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

25.1.35 Observar, durante toda a execução do objeto do contrato, as diretrizes estabelecidas para a promoção dos recursos de acessibilidade previstos nas normas vigentes.

25.1.36 Atuar por ordem e conta do contratante, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 da Minuta de Contrato, e de veículos de comunicação e divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

25.1.36.1 A contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no contrato.

25.1.36.2 A contratada atuará de acordo com solicitação do contratante, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a ao contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos no contrato.

25.1.37 Zelar para não incorrer em prática de atos que atentem contra o patrimônio público nacional ou estrangeiro, contra os princípios da Administração Pública ou contra os compromissos internacionais assumidos pelo Brasil, conforme definidos no art. 5º da Lei nº 12.846/2013.

25.1.38 Não tolerar ou compactuar com qualquer comportamento considerado corrupto, como o pagamento e/ou a cooperação com qualquer forma de suborno, a emissão ou aceitação de notas e faturas falsas, entre outros.

25.2 Constituem obrigações do contratante, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a contratada;
- b) fornecer e colocar à disposição da contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela contratada;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;
- f) notificar a contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- g) efetuar os pagamentos à contratada nas condições e preços pactuados.

25.3 A juízo do contratante, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a contratada apresentou na concorrência que deu origem ao contrato poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

25.4 O contratante comunicará à contratada por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

26. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

26.1 O contratante nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante 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 3).

27. REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

27.1 Pelos serviços prestados, as contratadas serão remuneradas conforme as disposições da Cláusula Oitava da Minuta de Contrato (Anexo 3).

27.2 As formas de remuneração estabelecidas na referida Cláusula Oitava poderão ser renegociadas, no interesse do contratante, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1 Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

28.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 23.1.2.

28.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas contratadas, sem justificativa aceita pelo contratante, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (Anexo 3).

29. DISPOSIÇÕES FINAIS

DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1 É facultada à Comissão Especial de Licitação ou à autoridade competente, 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.

29.2 A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas

(quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato.

29.3 A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 29.1 e 29.2.

29.4 Até a assinatura do contrato, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o contratante tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

29.4.1 Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, ou revogar esta concorrência.

29.5 Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com uma ou as duas contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeita as signatárias do contrato.

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 licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o contratante adotará as providências cabíveis junto aos órgãos competentes do Poder Público.

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. 337-I do Código Penal, incluído pela Lei nº 14.133/2021.

29.9 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.

29.9.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, na forma do art. 147 da Lei nº 14.133/2021.

29.9.2 O contratante poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, 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.

29.10 Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este

Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

29.11 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal.

29.12 Integram este Edital os seguintes Anexos:

- a) Anexo 1: Modelo de Procuração;
- b) Anexo 2: Modelo de Proposta de Preços;
- c) Anexo 3: Minuta de Contrato;
- d) Anexo 4: Briefing;
- e) Anexo 5: Projeto Básico.

1. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

MAYCON DANYLO ARAUJO MONTEIRO

Autoridade competente



Assinou eletronicamente em 29/05/2024 às 15:01:04.

Lista de Anexos

Atenção: Apenas arquivos nos formatos ".pdf", ".txt", ".jpg", ".jpeg", ".gif" e ".png" enumerados abaixo são anexados diretamente a este documento.

- Anexo I - MODELO DE PROCURACAO.pdf (6.79 KB)
- Anexo II - MODELO DE PROPOSTA DE PRECOS.pdf (112.75 KB)
- Anexo III - MINUTA DE CONTRATO1_2024.pdf (179.47 KB)
- Anexo IV - BRIEFING.pdf (362.45 KB)
- Anexo V - PROJETO BASICO E APENDICES.pdf (675.03 KB)

Anexo I - MODELO DE PROCURACAO.pdf

ANEXO 1

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº 7/2024.

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos
representantes legais

[Observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação.]

Anexo II - MODELO DE PROPOSTA DE PRECOS.pdf

ANEXO 2

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão Especial de Licitação

Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – Inmetro

Referente Concorrência nº 7/2024

1. Preços sujeitos a valoração

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

a) honorários de % (..... por cento), a serem cobrados do Inmetro, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e a supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) honorários de % (..... por cento), a serem cobrados do Inmetro, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e a supervisão desta licitante, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste, realizada a suas expensas;

c) honorários de % (..... por cento), a serem cobrados do Inmetro, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, classificados como formas inovadoras de comunicação publicitária, com a intermediação e a supervisão desta licitante, destinados a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias criadas pela licitante e cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) honorários de % (..... por cento), a serem cobrados do Inmetro, incidentes sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, classificados como formas inovadoras de comunicação publicitária, com a intermediação e a supervisão desta licitante, não enquadrados no inciso anterior, cuja execução não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº4.680/1965.

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 a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 13.3 do Apêndice 3 do Projeto Básico (Anexo 1).

2. Outras declarações

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a:

a) direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo 3 do Edital);

b) desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação e ao repasse de parte dele ao contratante, estabelecidas na Cláusula Nona da Minuta de Contrato (Anexo 3 do Edital).

2.2 Estamos cientes de que o Inmetro procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de comunicação e divulgação, transferindo ao Inmetro todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de comunicação e divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do Inmetro, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo 3 do Edital).

2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

Anexo III - MINUTA DE CONTRATO1_2024.pdf

Contrato 1/2024

Informações Básicas

Número do artefato	UASG	Editado por	Atualizado em
1/2024	183023-INST.NAC.DE METROLOGIA QUALIDADE E TECNOLOGIA	ALICIA DAIANA OLIVEIRA BENTES	27/05/2024 15:08 (v 0.22)
Status			
RASCUNHO			

Outras informações

Categoria	Número da Contratação	Processo Administrativo
V - prestação de serviços, inclusive os técnico-profissionais especializados/Serviço continuado sem dedicação exclusiva de mão de obra		0052600.011744 /2023-99

CONTRATO XXXX/2024

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM O INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, NORMALIZAÇÃO E QUALIDADE INDUSTRIAL – INMETRO E A...

CONTRATO Nº XXXX /2024

O Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro, CNPJ nº 00.662.270/0003-20, doravante designado **CONTRATANTE**, neste ato representado pelo/a, CPF nº, residente e domiciliado/a nesta cidade, de acordo com a competência prevista no art. da Portaria nº, de, publicada no Diário Oficial da União de, e a empresa, CNPJ nº, estabelecida, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por, portador/a da Carteira de Identidade nº, CPF nº, residente e domiciliado/a em, têm, entre si, acordado os termos deste contrato, objeto da Concorrência nº 7/2024, Processo nº, mediante os termos e condições a seguir:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA

LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato rege-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021.

1.1.1 Aplicam-se também a este contrato as disposições dos Decretos nº 6.555/2008, nº 57.690/1966 e nº 3.722/2001, as Instruções Normativa SECOM nº 1/2023 e SEGES/MGI nº 12/2023, no que couber.

1.2 Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato, o Edital da Concorrência nº 7 /2024, seus Anexos e Apêndices, conforme o caso, bem como a Proposta Técnica e a Proposta de Preços apresentadas pela **CONTRATADA**, os quais constituem parte deste instrumento.

2. CLÁUSULA SEGUNDA

OBJETO

2.1 Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, 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 ações publicitárias do **CONTRATANTE** junto a públicos de interesse.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução deste contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;
- c) à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

2.1.1.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2 O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) e digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

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

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do **CONTRATANTE**, o público-alvo e os meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação, nos quais serão difundidas as peças e as campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 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.

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

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

3. CLÁUSULA TERCEIRA

VIGÊNCIA

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

3.1.1 O **CONTRATANTE** poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da **CONTRATADA**, a ser efetuada pelo **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA QUARTA

VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº 7/2024, está estimado em **R\$ 40.000.000,00** (quarenta milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses, e será executado de acordo com o previsto no subitem 2.4.

4.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2024 consta da Lei Orçamentária Anual – 2024:

Funcional programática	Ação	Programa
22.122.0032.2000.0001	2000	0032

4.3 Se o **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento das despesas previstas.

4.3.1 Na prorrogação, o **CONTRATANTE** renegociará, se necessário, os percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter vantajosidade para a Administração e/ou garantir o equilíbrio econômico-financeiro deste contrato.

4.3.2 O **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4.4 O **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.4.1 A execução contratual se dará sob demanda e estará condicionada à existência de disponibilidade orçamentária, respeitado o exercício financeiro, cujo valor não excederá os créditos orçamentários ou adicionais consignados ao **CONTRATANTE**.

4.5 No interesse do **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos arts. 125 e 126 da Lei nº 14.133/2021.

4.5.1 Se houver acordo entre as partes, as supressões poderão exceder o percentual estabelecido no subitem anterior.

5. CLÁUSULA QUINTA

OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

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

5.1.2.1 A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

- a) 2 (dois) profissionais de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- b) 2 (dois) profissionais de criação, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- c) 1 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design /computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- d) 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área; e
- e) 1 (um) profissional de análise de dados (business intelligence), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 3 (três) anos na área.

5.1.2.2 A **CONTRATADA** se obriga, mediante solicitação do **CONTRATANTE**, a ajustar, ao longo da execução contratual, as quantidades e as qualificações da estrutura de atendimento, em função do volume e das características dos serviços.

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

5.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.

5.1.4.1 A qualificação dos profissionais da **CONTRATADA**, especificada no subitem 5.1.2.1 deve ser mantida durante toda a vigência deste contrato, a fim de

garantir integralmente a qualidade dos serviços prestados ao **CONTRATANTE**. Eventual substituição de profissional deverá ser previamente comunicada pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE** e poderá ocorrer desde que o nível de experiência e qualificação seja equivalente ou superior ao do profissional anterior.

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

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

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

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

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

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 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 do **CONTRATANTE**.

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

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

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Referências de Custos (SIREF), mantido pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria Geral da Presidência da República, de que trata o art. 20 da Portaria SECOM/MCOM nº 5.318/2022, aptos a fornecer à **CONTRATADA** bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

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

IV - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

V - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF,

endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

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

VII - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

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

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

5.1.7.3 O **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores, entre as fontes disponíveis de referência de preço, conforme o caso.

5.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, o **CONTRATANTE** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela **CONTRATADA**, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5 % (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.7.5 A **CONTRATADA** está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas

à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.1.7.6 Cabe à **CONTRATADA** informar, por escrito, aos fornecedores de bens e 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.

5.1.7.7 As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.6 não se aplicam à compra de mídia.

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

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

I. um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

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

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

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

5.1.9.1.1 A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da **CONTRATADA** sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia e de formas inovadoras de comunicação publicitária por ela apresentados, para as ações a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.9.1.2 Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a **CONTRATADA** obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias do **CONTRATANTE** em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

5.1.9.1.3 Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a **CONTRATADA** também cuidará para que não sejam incluídos, no

planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza *fake news*, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

5.1.10 Apresentar ao **CONTRATANTE**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação 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 ao **CONTRATANTE**, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação 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 de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade do **CONTRATANTE**, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a **CONTRATADA**.

5.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

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

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

5.1.11.2 Ao firmar contrato com empresas de checagem independente a **CONTRATADA** deverá fazer constar no referido instrumento que o **CONTRATANTE** terá acesso ao relatório de checagem, de que trata o inciso III do subitem 11.2, bem como aos dados brutos que lhe deram origem.

5.1.12 Encaminhar, sempre que solicitado pelo **CONTRATANTE**, sem ônus para este, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;

- c) Rádio: arquivos digitais;
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação do **CONTRATANTE**.

5.1.13 Prestar os seguintes serviços ao **CONTRATANTE**, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento:

- a) manutenção de acervo da propaganda do **CONTRATANTE**, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.13.1 O banco de imagens será constituído e mantido **CONTRATADA**, a suas expensas, reservada ao **CONTRATANTE** a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

5.1.14 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 os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12. e 5.1.13.

5.1.15 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo **CONTRATANTE**.

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

5.1.17 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a **CONTRATADA** e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre o **CONTRATANTE** e a **CONTRATADA**, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.17.1 O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE** após sua realização, e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.

5.1.17.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o **CONTRATANTE** solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

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

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

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

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

5.1.23 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.

5.1.24 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

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

5.1.26 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.

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

5.1.28 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e o próprio **CONTRATANTE**.

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

5.1.29.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.30 Responder perante o **CONTRATANTE** e fornecedores de bens e de serviços especializados 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.

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

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

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

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

5.1.34 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

5.1.35 Observar, durante toda a execução do objeto deste contrato, as diretrizes estabelecidas para a promoção dos recursos de acessibilidade previstos nas normas vigentes.

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

5.1.37 Zelar para não incorrer em prática de atos que atentem contra o patrimônio público nacional ou estrangeiro, contra os princípios da Administração Pública ou contra os compromissos internacionais assumidos pelo Brasil, conforme definidos no art. 5º da Lei nº 12.846/2013.

5.1.38 Não tolerar ou compactuar com qualquer comportamento considerado corrupto, como o pagamento e/ou a cooperação com qualquer forma de suborno, a emissão ou aceitação de notas e faturas falsas, entre outros.

CLÁUSULA SEXTA

OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

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

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA** ;
- b) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela **CONTRATADA**;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- g) efetuar os pagamentos à **CONTRATADA** nas condições e preços pactuados.

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

6.3 O **CONTRATANTE** comunicará à **CONTRATADA** por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

CLÁUSULA SÉTIMA

FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção.

7.1.2 As situações que exigirem decisões e providências que ultrapassem a competência do fiscal deverão ser por ele registradas e encaminhadas ao gestor deste contrato que as enviarão, em tempo hábil, à autoridade competente para a adoção de medidas saneadoras e sanções administrativas cabíveis.

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

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

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

7.5 A autorização, pelo **CONTRATANTE**, dos planos de mídia ou dos planos de formas inovadoras de comunicação publicitária e dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

7.6 A ausência de comunicação por parte do **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 do **CONTRATANTE** ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao **CONTRATANTE**.

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

7.10 O **CONTRATANTE** avaliará os serviços prestados pela **CONTRATADA**, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses, conforme previsto no art. 54 da Instrução Normativa SECOM nº 3/2018, ou em outro ato que a substituir.

7.10.1 A avaliação será considerada pelo **CONTRATANTE** para apurar a necessidade de solicitar correções destinadas a melhorar a qualidade do atendimento e dos serviços prestados pela **CONTRATADA**, decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual e fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

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

CLÁUSULA OITAVA

REMUNERAÇÃO

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

8.1.1 Honorários de% (... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peça 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.

8.1.2 Honorários de% (... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos 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 ao objeto do presente contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste, realizada a suas expensas.

8.1.3 Honorários de ...% (... por cento), incidentes sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, classificados como formas inovadoras de comunicação publicitária, com a intermediação e a supervisão da **CONTRATADA**, destinados a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias criadas pela **CONTRATADA** e cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680 /1965.

8.1.4 Honorários de ...% (... por cento), incidentes sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, classificados como formas inovadoras de comunicação publicitária, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, não enquadrados no inciso anterior, cuja execução 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.

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

8.3 A **CONTRATADA** não fará jus:

- a) ao ressarcimento de custos internos dos serviços por ela executados;
- b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário;
- d) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referente à reimpressão de peças publicitárias;
- e) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, classificados como formas inovadoras de comunicação publicitária, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- f) ao pagamento de honorários em ações publicitárias no exterior em que a norma estrangeira aplicável estabelece a previsão de desconto de agência;
- g) nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo **CONTRATANTE**, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.4 Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.4.1 Quando houver a autorização excepcional do **CONTRATANTE** para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

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

CLÁUSULA NONA

DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de 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 4.680/1965, 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 distribuição de publicidade, por ordem e conta do **CONTRATANTE**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

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

9.2.1 Nas veiculações realizadas no exterior, a **CONTRATADA** apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação 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 Se a **CONTRATADA** fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará ao **CONTRATANTE** o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA

DIREITOS AUTORAIS

10.1 Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela **CONTRATADA**, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente do **CONTRATANTE**, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1 A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

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

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

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

10.2 Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a **CONTRATADA** solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo **CONTRATANTE**.

10.2.1 A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pelo **CONTRATANTE**, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

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

10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

10.2.2.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pelo **CONTRATANTE** será

negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

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

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

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

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

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

10.5.1 Se o **CONTRATANTE** pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA

LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pelo **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

I. a correspondente nota fiscal que será emitida em formato digital, sem rasura, em letra legível, em nome do **CONTRATANTE**, CNPJ/MF nº 00.662.270/0003-20, 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 de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, conforme o caso, que será emitido em nome do **CONTRATANTE**; e

III. o(s) documento(s) de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE**.

11.1.2 O fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.

11.1.3 As notas fiscais emitidas pela **CONTRATADA** devem conter a seguinte declaração, assinada por empregado da agência responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de comunicação e divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pelo contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

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

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

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

III. veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, 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 Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a **CONTRATADA** deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2 É da responsabilidade da **CONTRATADA** observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232

/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital ao **CONTRATANTE**.

11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2, observado o disposto nos subitens 11.1.1 e 11.1.2.

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

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

I. Revista: exemplar original;

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

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 5.1.1.11, perante o **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 a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (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;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a **CONTRATADA** poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' 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 na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' 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;

b) Mídia Exterior:

b1) *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;

b2) *Mídia Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (cinte por cento) dos monitores /displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11.

11.5.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pelo **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA**, mediante consulta *on-line*, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

11.6.1 Se a **CONTRATADA** não estiver cadastrada no SICAF ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e

certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

11.8 No caso de eventual falta de pagamento pelo **CONTRATANTE** nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da **CONTRATADA**, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$AF = [(1 + IPCA/100)^{N/30} - 1] \times VP, \text{ em que:}$$

- • IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;
- • AF: Atualização financeira;
- • VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;
- • N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.8.1 Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8, os serviços prestados pela **CONTRATADA** relativo aos os bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

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

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

11.10 Cabe à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 5 (cinco) dias após o recebimento da ordem bancária do **CONTRATANTE**, pela agência bancária pagadora.

11.10.1 A **CONTRATADA** informará ao **CONTRATANTE** os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo **CONTRATANTE** e encaminhará relatório até o décimo 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 pelo **CONTRATANTE**, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento do **CONTRATANTE**, data do pagamento da **CONTRATADA**, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

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

11.10.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação do **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, o **CONTRATANTE**, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, o **CONTRATANTE** poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela **CONTRATADA**, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, 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 O **CONTRATANTE**, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA

GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

12.1 A **CONTRATADA**, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 deste contrato.

12.1.1 Se a **CONTRATADA** optar pelo seguro-garantia, o prazo acima será de 1 (um) mês.

12.1.2 Esses prazos poderão ser prorrogados, a juízo do **CONTRATANTE**, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela **CONTRATADA**.

12.1.3 A inobservância dos prazos fixados para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.5.1 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.4 O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza o **CONTRATANTE** a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem os incisos I e II do art. 137 da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

12.2 Caberá à **CONTRATADA** escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

- • caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- • seguro-garantia;
- • fiança bancária.

12.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

12.4 Se a opção for pelo seguro-garantia:

- a) a apólice indicará o **CONTRATANTE** como beneficiário e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;
- b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à **CONTRATADA**.

12.5 Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

- a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;
- b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao **CONTRATANTE**, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

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

12.6 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.

12.7 A garantia, em qualquer modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

- I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;
- II) prejuízos causados ao **CONTRATANTE** ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;
- III) multas moratórias e punitivas aplicadas pelo **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**; e
- IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela **CONTRATADA**.

12.7.1 A modalidade seguro garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

12.8 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses do **CONTRATANTE**.

12.9 Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10 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 do **CONTRATANTE**.

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

12.12 Na hipótese de prorrogação deste contrato, o **CONTRATANTE** exigirá nova garantia, escolhida pela **CONTRATADA** entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

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

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

12.14.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

12.15 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com o **CONTRATANTE**, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

12.15.1 Aceita pelo **CONTRATANTE**, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA

SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

- I. Advertência;
- II. Impedimento para licitar e contratar;
- III. Multa de mora e multa compensatória;
- IV. Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 2 (dois) anos;
- V. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração.

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

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

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

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

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

- I. a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 2.5 e as multas serão aplicadas pelo gestor, fiscal ou autoridade competente deste contrato;

II. caberá à autoridade competente aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com o **CONTRATANTE** e propor a declaração de inidoneidade; e

III. a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Ministro de Estado do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços.

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

I. descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente; e

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

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

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

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

13.5.1 O atraso sujeitará a **CONTRATADA** à multa de:

I. 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

II. 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo do **CONTRATANTE**, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

13.5.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo do **CONTRATANTE**.

13.5.3 A **CONTRATADA** estará sujeita à multa compensatória de:

I. 1,0% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II. 1,0% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

- a) inexecução total deste contrato;
- b) interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização do **CONTRATANTE**.

III. 0,07% (sete centésimos por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 12.1 deste contrato;

IV. até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

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

I. por até 06 (seis) meses:

- a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para o **CONTRATANTE**;
- b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5;

II. por até 02 (dois) anos:

- a) não conclusão dos serviços contratados;
- b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Planilha de Autorização de Produção (PAP) ou da Planilha de Autorização de Veiculação (PAV) ou documentos equivalentes, depois da solicitação de correção efetuada pelo **CONTRATANTE**;
- c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo ao **CONTRATANTE**, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) apresentação, ao **CONTRATANTE**, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento do **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento do **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato;

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

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

13.7.1 A declaração de inidoneidade será aplicada à **CONTRATADA** se, entre outros casos:

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

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

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

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

13.8 Da aplicação das sanções pelo **CONTRATANTE** caberá à **CONTRATADA** recurso, no prazo de 3 (três) dias úteis.

13.8.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 3 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) a advertência, o impedimento quanto a participação da seleção interna de que trata o subitem 2.5 e a multa: a autoridade competente, por intermédio do gestor ou fiscal;

b) impedimento do direito de licitar ou contratar com a Administração: ao Ministro de Estado do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, por intermédio da autoridade competente.

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

13.10 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da **CONTRATADA** por eventuais perdas e danos causados ao **CONTRATANTE**.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA

RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no art. 155 da Lei 14.133 /2021.

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) der motivo à 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 o **CONTRATANTE**, como consequência, venha a sofrer;

g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;

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

i) não mantiver suas condições de habilitação e qualificação, incluída a comprovação da 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.

14.1.2 Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados ao **CONTRATANTE**, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1 Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a **CONTRATADA** será notificada para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pelo **CONTRATANTE**.

14.2 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.2.1 A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

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

14.4 Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da **CONTRATADA**, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para o **CONTRATANTE**, e com a concordância deste, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

14.4.1 O **CONTRATANTE** se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2 Em caso de cisão, o **CONTRATANTE** poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3 Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada ao **CONTRATANTE**, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1 A não apresentação do comprovante em até 5 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA

DISPOSIÇÕES GERAIS

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

15.2 É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela **CONTRATADA**, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança no **CONTRATANTE**, nos termos do art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.

15.3 O **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma da lei.

15.4 Constituem direitos e prerrogativas do **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

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

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

15.6.1 As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA

FORO

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

1. Responsáveis

Nenhum responsável informado.

Anexo IV - BRIEFING.pdf

BRIEFING

INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA INMETRO

1. SITUAÇÃO GERAL

1.1. Trajetória do Inmetro

O Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) é uma autarquia federal, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). O Instituto atua como Secretaria Executiva do Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro). Este colegiado interministerial é o órgão normativo do Sistema Nacional de Metrologia, Qualidade Industrial (Sinmetro).

Com o propósito de integrar uma estrutura sistêmica articulada, o Sinmetro, o Conmetro e o Inmetro foram criados pela Lei nº 5.966, de 11 de dezembro de 1973. Coube ao Inmetro substituir o então Instituto Nacional de Pesos e Medidas (INPM) e ampliar significativamente seu raio de atuação a serviço da sociedade brasileira.

O Inmetro, de um lado, contribui para o desenvolvimento nacional, ao fortalecer as empresas, aumentando sua produtividade por meio da adoção de mecanismos destinados à melhoria da qualidade e da segurança de produtos e serviços. De outro, busca elevar o nível de bem-estar dos brasileiros, sobretudo com a proteção aos direitos dos consumidores e do meio ambiente.

Sua atuação está sintetizada na responsabilidade pela execução de políticas nacionais de metrologia e qualidade, garantindo a conformidade com normas técnicas e legais. Destacam-se a ênfase na manutenção de padrões de medidas; a rastreabilidade internacional; e o fortalecimento da participação do país em atividades internacionais relacionadas à metrologia e à avaliação da conformidade. Esses elementos refletem um compromisso com a qualidade de bens e serviços, contribuindo para uma imagem de confiança e integridade.

Devido à grande extensão do território nacional, o Inmetro conta com o apoio da Rede Brasileira de Metrologia Legal e Qualidade (RBMLQ-I), a atuação de 24 Órgãos Delegados e duas Superintendências – que são braços executivos nos estados.

Todo equipamento verificado precisa ter o lacre e o selo do Inmetro. Essa é a garantia de que realmente está certo. Os Órgãos Delegados também fazem inspeções regulares para garantir que toda medição seja verificada de acordo com as regulamentações. Essas inspeções podem acontecer a qualquer momento, principalmente se houver denúncia. Se forem encontradas irregularidades, fabricantes e vendedores podem ser penalizados. Produtos que afetam nossa saúde e segurança precisam ter o selo do Inmetro. Se algo estiver errado, os responsáveis podem ser multados e os produtos retirados de circulação.

Em novembro de 2023, o Inmetro celebrou 50 anos, o que contribuiu para fortalecer sua marca em vários sentidos. O *slogan* adotado – “Confiança é a nossa marca” – reflete seu longo e importante trabalho relacionado à verificação e à fiscalização de métodos de medição.

Missão: Viabilizar soluções de infraestrutura da qualidade que adicionem confiança, qualidade e competitividade aos produtos e serviços disponibilizados pelas organizações brasileiras, em prol da prosperidade econômica e bem-estar da nossa sociedade.

Visão: Ser reconhecido pelo setor produtivo e mercado como uma caixa de ferramentas para superação dos desafios da sociedade 4.0.

1.2 Funções e Atuação do Inmetro

O Inmetro é uma agência reguladora brasileira, responsável por coordenar atividades de metrologia, normalização técnica e avaliação da conformidade no Brasil com objetivo de promover a qualidade de produtos e serviços ofertados à sociedade brasileira, garantindo a segurança dos consumidores e a competitividade das empresas brasileiras nos mercados nacional e internacional. Além de desenvolver e implementar regulamentos técnicos, certificação e acreditação de laboratórios e organismos de inspeção.

Dentre as competências e atribuições do Inmetro destacam-se:

- Executar as políticas nacionais de metrologia e da qualidade;

- Verificar e fiscalizar a observância das normas técnicas e legais, no que se refere às unidades de medida, métodos de medição, medidas materializadas, instrumentos de medição e produtos pré-medidos;
- Manter e conservar os padrões das unidades de medida, assim como implantar e manter a cadeia de rastreabilidade dos padrões das unidades de medida no País, de forma a torná-las harmônicas internamente e compatíveis no plano internacional, visando a sua aceitação universal e a sua utilização com vistas à qualidade de bens e serviços;
- Fortalecer a participação do Brasil nas atividades internacionais relacionadas com Metrologia e Avaliação da Conformidade, promovendo o intercâmbio com entidades e organismos estrangeiros e internacionais;
- Prestar suporte técnico e administrativo ao Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro) e aos seus comitês assessores, atuando como sua secretaria executiva;
- Estimular a utilização das técnicas de gestão da qualidade nas empresas brasileiras;
- Planejar e executar as atividades de Acreditação de Laboratórios de Calibração e de Ensaio, de provedores de ensaios de proficiência, de Organismos de Avaliação da Conformidade e de outros necessários ao desenvolvimento da infraestrutura de serviços tecnológicos no País;
- Coordenar, no âmbito do Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Sinmetro), a atividade de Avaliação da Conformidade, voluntária e compulsória de produtos, serviços, processos e pessoas;
- Planejar e executar as atividades de pesquisa, ensino, desenvolvimento tecnológico em Metrologia e Avaliação da Conformidade; e
- Desenvolver atividades de prestação de serviços e transferência de tecnologia e cooperação técnica, quando voltadas à inovação e à pesquisa científica e tecnológica em Metrologia e Avaliação da Conformidade.

Metrologia: O Inmetro é responsável por coordenar as atividades relacionadas à metrologia no Brasil. Isso inclui o estabelecimento e a manutenção de padrões de medição como unidades de medida e instrumentos de medição. A metrologia é essencial para garantir a confiabilidade e a precisão das medições em diversos setores, desde a indústria até o comércio.

Avaliação da Conformidade: O Inmetro realiza a avaliação da conformidade de produtos e serviços, verificando se estão em conformidade com as normas técnicas

e regulamentos estabelecidos. Isso é feito por meio de programas de certificação, ensaios de laboratório, inspeções e auditorias em empresas e produtos.

Certificação: O Inmetro emite certificados para produtos que atendem aos requisitos de segurança, qualidade e desempenho estabelecidos em regulamentos técnicos. Esses certificados são importantes para garantir a confiança dos consumidores e facilitar o acesso a mercados nacionais e internacionais.

Normalização Técnica: O Inmetro participa ativamente no processo de normalização técnica, contribuindo para o desenvolvimento e a atualização de normas técnicas brasileiras em colaboração com organizações nacionais e internacionais de normalização.

Acreditação de Laboratórios e Organismos de Inspeção: O Inmetro é responsável por acreditar laboratórios de ensaios e calibração, e organismos de inspeção, garantindo sua competência técnica e imparcialidade. Essa acreditação é fundamental para a confiabilidade dos resultados de testes e medições realizados por essas entidades.

Proteção ao Consumidor: Além de garantir a qualidade e a segurança dos produtos e serviços, o Inmetro também desempenha um papel importante na proteção dos direitos dos consumidores, fornecendo informações claras e precisas sobre os produtos por meio de selos de qualidade e etiquetas de conformidade.

1.3 O Inmetro na regulação da infraestrutura da qualidade

O Inmetro desempenha um papel crucial na regulação da infraestrutura da qualidade no Brasil. Isso inclui uma série de atividades destinadas a garantir que os produtos e serviços ofertados atendam aos padrões de qualidade, segurança e desempenho estabelecidos. Aqui estão algumas maneiras pelas quais o Inmetro contribui para a regulação da infraestrutura da qualidade:

Estabelecimento de Regulamentos Técnicos: O Inmetro desenvolve e implementa regulamentos técnicos que estabelecem requisitos obrigatórios para produtos e serviços em diferentes setores. Esses regulamentos garantem que os

produtos atendam a padrões mínimos de qualidade e segurança, protegendo os consumidores e promovendo a competitividade das empresas.

Certificação de Produtos: O Inmetro opera programas de certificação que avaliam e garantem a conformidade de produtos com os regulamentos técnicos aplicáveis. Isso envolve a emissão de certificados que comprovam que um produto atende aos requisitos de qualidade e segurança estabelecidos.

Acreditação de Laboratórios e Organismos de Inspeção: O Inmetro é responsável por acreditar laboratórios de ensaio, laboratórios de calibração e organismos de inspeção. Essa acreditação assegura a competência técnica e a imparcialidade dessas entidades na realização de testes, medições e inspeções relacionados à qualidade e segurança dos produtos.

Fiscalização e Monitoramento: O Inmetro realiza atividades de fiscalização e monitoramento para garantir o cumprimento dos regulamentos técnicos e das normas de qualidade. Isso pode envolver auditorias em empresas, inspeções de produtos no mercado e análise de reclamações de consumidores.

Promoção da Conformidade: Além de impor regulamentos, o Inmetro também trabalha para promover a conformidade voluntária por parte das empresas e incentivar a adoção de boas práticas de gestão da qualidade. Isso pode incluir a realização de campanhas de conscientização e a oferta de serviços de consultoria e capacitação.

1.4 O papel do Inmetro na nova política industrial como agência reguladora

No contexto da nova política industrial, o Inmetro desempenha um papel fundamental na promoção da qualidade, segurança e competitividade dos produtos industriais brasileiros, contribuindo para o crescimento econômico e o desenvolvimento sustentável do país.

A atuação do Inmetro como agência reguladora está intrinsecamente ligada à nova política industrial em diversos aspectos. Aqui estão algumas maneiras pelas quais o Inmetro pode contribuir para a nova política industrial:

Estabelecimento de Padrões de Qualidade e Segurança: Como parte da nova política industrial, o Inmetro pode colaborar na definição de padrões de qualidade e segurança para os produtos industriais. Isso é fundamental para garantir a competitividade dos produtos brasileiros nos mercados nacional e internacional, além de proteger os consumidores contra produtos de baixa qualidade ou inseguros.

Incentivo à Inovação e Tecnologia: O Inmetro pode desempenhar um papel importante na promoção da inovação e tecnologia na indústria, por meio do estabelecimento de regulamentos técnicos que incentivem a adoção de novas tecnologias e práticas de produção mais eficientes e sustentáveis.

Certificação e Conformidade: O Inmetro pode operar programas de certificação e avaliação da conformidade que ajudam as empresas a demonstrar que seus produtos atendem aos requisitos de qualidade e segurança estabelecidos pela nova política industrial. Isso pode incluir certificação de produtos, sistemas de gestão da qualidade e processos de produção.

Facilitação do Comércio Internacional: O Inmetro pode colaborar na remoção de barreiras técnicas ao comércio internacional, por meio do reconhecimento mútuo de certificados de conformidade e da harmonização de regulamentos técnicos com padrões internacionais. Isso pode facilitar o acesso de produtos brasileiros aos mercados externos e aumentar a competitividade das empresas brasileiras.

Promoção da Competitividade e Produtividade: O Inmetro pode desenvolver iniciativas para melhorar a competitividade e produtividade da indústria brasileira, como programas de capacitação e assistência técnica, bem como o estabelecimento de parcerias com instituições de pesquisa e desenvolvimento.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Como qualquer organização, o Inmetro não está imune ao que ocorre no ambiente com que interage. De fato, os anos anteriores foram especialmente desafiadores para o Instituto, que precisou se adaptar às constantes reduções em seu orçamento e no quantitativo da sua força de trabalho. Essas dificuldades, apesar de terem limitado, não impediram a manutenção dos serviços básicos e dos avanços na geração de valor público para o setor produtivo e a sociedade em geral.

Embora os fatores limitadores não tenham sido totalmente superados, é preciso agora ir além e inovar na gestão de suas atividades, buscando atuar em outro patamar. Não se perca de vista que os próximos anos reservam discussões importantes acerca do que o país pretende para a sua infraestrutura da qualidade. E o Inmetro constitui peça-chave nesse contexto, em virtude de suas diversas atribuições, refletidas no conjunto de suas áreas de atuação.

Assim, o desafio de comunicação é fortalecer a marca do Inmetro para o público em geral, destacando a importância de sua atuação para o desenvolvimento das empresas e para a vida das pessoas, garantindo a qualidade e a procedência dos produtos, promovendo a confiança, a segurança e o bem-estar dos consumidores.

A solução do desafio de comunicação passa pela elevação do nível de consciência da população acerca dos malefícios e perigos que produtos e serviços podem causar à saúde e à segurança e, ao revés, dos benefícios proporcionados por produtos e serviços certificados e homologados. O objetivo é transformar, progressivamente, cada cidadão em verdadeiro fiscalizador daquilo que importa para sua condição de consumidor consciente e em guardião dos valores que plasmam a marca Inmetro.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

3.1. Objetivo Geral

Consolidar na mente das pessoas a percepção de imagem do Inmetro como empresa relevante para a sociedade brasileira que contribui para o crescimento nacional e o bem-estar dos brasileiros, certificando a qualidade dos produtos e aumentando a confiança da população na indústria nacional.

3.2. Objetivos Específicos

- a. Reforçar os conceitos relacionados à marca e à identidade da empresa.
- b. Sedimentar os valores do Inmetro, atrelando-os à reputação da marca e à percepção de imagem corporativa.
- c. Projetar o Inmetro como empresa moderna, inovadora e tecnológica.

d. Confirmar a importância do Inmetro no desenvolvimento do País e na qualidade de vida dos brasileiros.

3.3. Públicos

O público de interesse da campanha de que trata o subitem 11.3.3 do Edital é composto pelo Setor Produtivo, Organismos de Avaliação da Conformidade, Órgãos de Governo e pela sociedade brasileira, em todos os níveis sociodemográficos, considerando que todas as pessoas (**empresários e consumidores**) são atingidas por ações, projetos e trabalhos do Inmetro.

3.4. Praças

Todo o território nacional.

3.5. Período

Fica a critério das licitantes, de acordo com sua estratégia de comunicação.

3.6. Verba referencial para investimento

As licitantes devem utilizar como referência para o exercício criativo a verba de R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais), incluindo produção, distribuição, veiculação e distribuição da campanha.

4. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

<https://www.gov.br/inmetro/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/documentos-tecnicos-em-metrologia>

<https://www.gov.br/inmetro/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/dicionario-linguagem-simples>

<https://www-periodicos-capes-gov-br.ezl.periodicos.capes.gov.br/index.php/buscaador-primo.html>

<https://revista.ibict.br/ciinf/index>

<https://rbhciencia.emnuvens.com.br/revista/article/view/926>

<https://revistas.ufrj.br/index.php/scg/article/view/13315>

<https://revista.ibict.br/p2p/article/view/4846>

<https://seer.ufrgs.br/austral/article/view/40498>

https://rnp-primo.hosted.exlibrisgroup.com/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_cdi_openaire_primary_doi_dedup_ea8a99def8536065f3cc380797ab151d&context=PC&vid=CAPES_V3&lang=pt_BR&search_scope=default_scope&adaptor=primo_central_multiple_fe&tab=default_tab&query=any,contains,inmetro&offset=50

<https://www.scielo.br/j/rap/a/ZzMJ8QpJGbsVWLVc8JKCxMg/?lang=pt>

<https://revista.ibict.br/liinc/article/view/3349>

<https://revista.enap.gov.br/index.php/RSP>

https://rnp-primo.hosted.exlibrisgroup.com/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_cdi_openaire_primary_doi_8574f16ccfc6d8ca26b2087c052b7b02&context=PC&vid=CAPES_V3&lang=pt_BR&search_scope=default_scope&adaptor=primo_central_multiple_fe&tab=default_tab&query=any,contains,inmetro&offset=70

https://rnp-primo.hosted.exlibrisgroup.com/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_cdi_scielo_journals_S0101_20612007000400002&context=PC&vid=CAPES_V3&lang=pt_BR&search_scope=default_scope&adaptor=primo_central_multiple_fe&tab=default_tab&query=any,contains,inmetro&offset=80

<https://www.scielo.br/j/rcefac/a/Hc5bKFjBpTxVDvX8GLgmCyK/?lang=pt>

<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/ric/article/view/57366>

https://rnp-primo.hosted.exlibrisgroup.com/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_cdi_proquest_journals_2861450705&context=PC&vid=CAPES_V3&lang=pt_BR&search_scope=default_scope&adaptor=primo_central_multiple_fe&tab=default_tab&query=any,contains,inmetro&offset=100

5. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

> Sítio na Internet:

www.inmetro.gov.br

> Perfis nas redes sociais:

Linkedin: www.linkedin.com/company/inmetro

Instagram: www.instagram.com/inmetro_oficial

Facebook: www.facebook.com/Inmetro

Youtube: www.youtube.com/tvinmetro

> Canais de atendimento ao cliente:

Ouvidoria 0800 285 1818

www.gov.br/inmetro/ouvidoria

Publicações no site.

> Publicações de satisfação:

Pesquisa de satisfação com a Infraestrutura de Tecnologia da Informação e Comunicação do Inmetro:

Com o objetivo de compor o Relatório de Gestão 2023, em busca de realizar uma avaliação da infraestrutura de serviços digitais do Inmetro, durante o ano.

O planejamento para o período 2024-2027 visa Objetivos Estratégicos Finalísticos e Objetivos estratégicos estruturantes.

Pesquisa DIRAF:

Visa verificar o indicador de objetivos corporativos em busca da melhoria dos serviços do Inmetro.

Pesquisa Interna:

Com objetivo de avaliar o alcance e a efetividade dos canais de comunicação perante o público interno.

6. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO.

Ações de Capacitação:

Inmetro conquista 28 novas bolsas junto ao CNPq divididas entre mestrado, doutorado, iniciação científica e tecnológica;

Concurso Inmetro com 100 vagas para Ensino Superior;

Cerca de 3 milhões de produtos verificados em força-tarefa nacional;

Dentre outros.

Ações de fomentação:

Presidente do Inmetro prioriza gestão humanizada e autoriza a reativação do Centro de Saúde e Segurança Ocupacional para servidores e colaboradores da instituição.

Eventos:

Visitas guiadas ao Campus, em Xerém:

30 visitas realizadas com parceiros institucionais.

Programa de apoio institucional:

4 ações de apoio institucional para instituições de ensino e associações.

Anexo V - PROJETO BASICO E APENDICES.pdf



PROJETO BÁSICO

1. DO OBJETIVO

1.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 2 (duas) agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

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

- ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução do contrato;
- à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
- à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e
- à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

1.1.1.2. O planejamento, previsto no subitem 1.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) e digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do contratante, o público-alvo e os meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação, nos quais serão difundidas as peças e as campanhas publicitárias;
- aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.1.2. Os serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de comunicação e divulgação.

1.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas 2 (duas) agências de propaganda, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas.

1.2.1. 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.

1.2.2. As agências atuarão por ordem e conta do contratante, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.3. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1.

1.2.4. As agências atuarão de acordo com solicitação do contratante, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1.

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

2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO E LEGISLAÇÃO

2.1. A contratação de serviços publicitários prestados por intermédio de agência de propaganda está fundamentada no Estudo Técnico Preliminar constante dos autos do processo administrativo.

2.2. Com o Plano Estratégico 2024-2027, o Inmetro inaugurou seu novo ciclo de planejamento estratégico quadrienal, em consonância com o Plano Plurianual do Executivo Federal e com suas políticas públicas, em especial com aquelas gestadas no âmbito do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços.

2.2.1. Entre as várias necessidades detectadas, o Inmetro deverá empreender esforços de comunicação para reposicionar sua imagem institucional. De um lado, para que seja mais reconhecido pelo setor produtivo como potencial parceiro tecnológico e, de outro, para fique claro que pode contribuir de outras maneiras com a economia e a sociedade de um modo geral. A comunicação publicitária será fundamental para que os públicos de interesse, sobretudo as empresas, percebam no Inmetro uma organização que pode vir a ajudá-las a superar barreiras tecnológicas e comerciais.

2.3. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

2.3.1. Aplicam-se também à concorrência os Decretos nº 6.555/2008, nº 57.690/1966, nº 4.563/2002 e nº 3.722/2001, as Instruções Normativa SECOM nº 1/2023 e SEGES/MGI nº 12/2023, no que couber, e as disposições deste Projeto Básico.

3. VALOR CONTRATUAL, RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E VIGÊNCIA

3.1. O valor da contratação está estimado em **R\$ 40.000.000,00** (quarenta milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2024 consta da Lei Orçamentária Anual – 2024:


Funcional programática	Ação	Programa
22.122.0032.2000.0001	2000	0032


3.3. Os contratos oriundos da concorrência poderão ser prorrogados na forma da Lei nº 14.133/2021, como previsto na Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo 3 do Edital).

4. APÊNDICES

4.1. Integram este Projeto Básico os seguintes Apêndices:

- Apêndice 1: Entrega da Proposta Técnica, da Proposta de Preços e dos Documentos de Habilitação;
- Apêndice 2: Apresentação da Proposta Técnica e Julgamento das Propostas Técnicas;
- Apêndice 3: Apresentação da Proposta de Preços e Julgamento das Propostas de Preços;
- Apêndice 4: Apresentação e Julgamento dos Documentos de Habilitação.

 DOCUMENTO ASSINADO ELETRONICAMENTE COM FUNDAMENTO NO ART. 6º, § 1º, DO DECRETO Nº 8.539, DE 8 DE OUTUBRO DE 2015 EM 28/05/2024, ÀS 15:39, CONFORME HORÁRIO OFICIAL DE BRASÍLIA, POR
ALICIA DAIANA OLIVEIRA BENTES
Gerente de Projeto

 DOCUMENTO ASSINADO ELETRONICAMENTE COM FUNDAMENTO NO ART. 6º, § 1º, DO DECRETO Nº 8.539, DE 8 DE OUTUBRO DE 2015 EM 29/05/2024, ÀS 14:21, CONFORME HORÁRIO OFICIAL DE BRASÍLIA, POR
EDNA PAULA PEIXOTO DA MOTA
Coordenadora-Geral de Tecnologia da Informação

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site
https://sei.inmetro.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1813419** e o código CRC **6E63F025**.



APÊNDICE 1

ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA, DA PROPOSTA DE PREÇOS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

1.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

1.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente, no Setor de Indústrias Gráficas, Quadra 1, Lote 985 - 1º andar - Centro Empresarial Parque Brasília, de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e das 14h às 17h.

1.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a, por si só, possibilitar, inequivocamente, a identificação da licitante.

1.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

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

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 7/2024 – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro

1.1.2.2 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.

1.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

1.1.3.1 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 7/2024 – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro

1.1.3.2 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.

1.2 Os Invólucros nº 2 e nº 3 não poderão ter informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

2. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

2.1 No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços.

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

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 7/2024 – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro

2.1.2 O Invólucro nº 4 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.

2.1.3 O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

3. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

3.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pelas 2 (duas) licitantes vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e das Propostas de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

3.1.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 7/2024 – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro

3.1.2 O Invólucro nº 5 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.

APÊNDICE 2

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	1. Raciocínio Básico
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	3. Ideia Criativa
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	I. Clientes
	II. Profissionais
	III. Infraestrutura
	IV. Sistemática de Atendimento
	V. Informações de Marketing e Comunicação
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

1.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 1.2.2;

d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; não há padrão exigido para as margens superior e inferior;

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

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

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observadas as disposições dos subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3; permitida a utilização de itálico, negrito e sublinhado;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante.

1.2.1 As especificações do subitem 1.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3.6.

1.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 8 a 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3 Os gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I. ser editados em cores;

II. ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III. ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV. ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, infográficos, tabelas e ou planilhas desse subquestito poderão ser impressas na orientação paisagem.

1.2.4 Os exemplos de peças integrantes da Ideia Criativa deverão ser apresentados separados do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2.

1.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.1.1.2 do Apêndice 1.

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

1.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

1.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.1.1.2 do Apêndice 1.

1.2.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

1.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestitos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo 4 do Edital), observadas as seguintes orientações:

1.3.1 Subquestito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4 do Edital).

1.3.2 Subquestito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing (Anexo 4 do Edital), compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

1.3.3 Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4 do Edital), com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta.

1.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) boneca' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

1.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real, ampliado ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *pass-partout*, observado o disposto no subitem 1.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

1.3.3.3.2 Na elaboração de ‘monstro’ ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

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

1.3.3.3.4 O ‘monstro’ ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional Windows.

1.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

1.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

1.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, *spot* rádio, anúncio revista, *banner* internet).

1.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, 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) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, anúncio para *tablets*, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger* e similares, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

1.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea ‘d’ do subitem 1.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

1.3.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária e a Ideia Criativa propostas, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, infográficos e ou planilhas, contemplando:

- a) estratégia de mídia e não mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;
- b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação;
- c) plano de mídia: composto de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
- d) plano de formas inovadoras de comunicação publicitária: composto por planilhas com a indicação de uso de plataformas de comunicação e divulgação, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de performance (KPI);
- e) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis).

1.3.4.1 Na estratégia de não mídia deverão ser apresentadas as iniciativas publicitárias que não envolvam a aquisição de espaços e tempos publicitários, tais como o uso de canais proprietários do contratante, a divulgação de conteúdo publicitários em suas plataformas e redes (sociais, vídeo, áudio etc.), em formato orgânico, entre outros a critério da licitante.

1.3.4.2 Todas as peças publicitárias que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

1.3.4.3 O plano de mídia e não mídia e/ou de formas inovadoras de comunicação deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas de comunicação e divulgação;

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

d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;

e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), de acordo com o disposto nos subitens 1.3.4.3.1 e 1.3.4.3.2.

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a plataformas de comunicação e divulgação;

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

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

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

1.3.4.3.1 No caso de soluções via plataformas de comunicação e divulgação, deverão ser considerados os valores de tabela cheia dos fornecedores que operam com tabela e/ou os valores resultantes das simulações feitas nessas plataformas de comunicação e divulgação, conforme os parâmetros, objetivos e formatos de compra definidos na estratégia de mídia proposta pela licitante.

1.3.4.3.2 Para fins desta concorrência, enquadram-se na categoria de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação) as ações destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, a exemplo das redes sociais, dos sites de buscas e das plataformas digitais (Facebook, Google, Instagram, Twitter, TikTok, Kwai, LinkedIn e YouTube, entre outros).

1.3.4.4 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação que operam com tabelas públicas deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

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

c) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

1.3.4.4.1 Caso o Edital desta concorrência 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 1.3.4.4 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

1.4 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I. ter a identificação da licitante;

II. ser datado;

III. estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, infográficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas:

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

b) Subquesito II – Profissionais: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) Subquesto III – Infraestrutura: infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato;

d) Subquesto IV – Sistemática de Atendimento: sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e

e) Subquesto V – Informações de Marketing e Comunicação: relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

1.7 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.7.1 Os documentos, informações e peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.8 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

1.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2019.

1.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas.

1.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

1.8.2 Para cada peça publicitária 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 ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

1.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a programa, política ou ação do contratante divulgado ao abrigo de contrato firmado com órgão do Governo Federal.

1.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.9.1 Os documentos, informações e peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- I. deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II. deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura do funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III. não pode referir-se a programa, política ou ação do contratante divulgado ao abrigo de contrato firmado com órgão do Governo Federal;
- IV. deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

1.10.1 A validação poderá ser feita na última página do próprio Relato elaborado pela licitante ou em documento separado (em papel timbrado do cliente), o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.10.

1.10.2 A validação será constituída, pelo menos, do ateste do Relato, do nome empresarial do cliente, do nome do signatário, de seu cargo/função e de sua assinatura.

1.10.3 As ações dos Relatos de que trata o subitem 1.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2019.

1.10.4 É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

- I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9 ou ser apresentadas soltas;
- II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em

qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver. As fichas gráficas podem ser apresentadas antes ou depois da validação do respectivo Relato e não serão consideradas no limite de páginas previsto no subitem 1.10.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1 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.

2.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica cuja constituição obedecerá às disposições a serem estabelecidas no Edital desta concorrência.

2.2.1 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice e no Edital.

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

2.3.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

2.3.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4 do Edital).

2.3.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante com seus públicos;

- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4 do Edital);
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

2.3.1.3 Subquesto 3 - Ideia Criativa

- a) a pertinência da campanha publicitária ao desafio e aos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4 do Edital) e o seu alinhamento com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- b) a adequação das peças aos meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação e aos canais proprietários do contratante;
- c) a originalidade da solução criativa, a criatividade na combinação dos elementos que a constituem e sua capacidade de contribuir para a superação do desafio e o alcance dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4 do Edital);
- d) a adequação da linguagem aos públicos-alvo, a clareza e a precisão das mensagens e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento prevista no Briefing (Anexo 4 do Edital).

2.3.1.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo 4 do Edital);
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia e/ou das formas inovadoras de comunicação publicitária;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

2.3.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) Subquesito I – Clientes: o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b) Subquesito II – Profissionais: a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do contratante;

c) Subquesito III – Infraestrutura: a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do contratante na execução do contrato;

d) Subquesito IV – Sistemática de Atendimento: a funcionalidade do relacionamento operacional entre o contratante e a licitante; e

e) Subquesito V – Informações de Marketing e Comunicação: a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do contratante.

2.3.3 Quesito 3 - Repertório

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

b) a clareza e a precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

2.3.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a originalidade e contemporaneidade da solução publicitária proposta em todos os seus elementos;

c) a adequação das peças às características dos públicos-alvo e dos meios de divulgação;

d) a qualidade da produção e da execução e do acabamento das peças;

e) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

f) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos.

2.4 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

2.4.1 Além de examinar o atendimento, pelas licitantes, das disposições estabelecidas para a apresentação e julgamento das Propostas, a Subcomissão Técnica deverá efetuar um exame comparativo entre as Propostas apresentadas em relação a cada quesito e subquesito.

2.4.1.1 A comparação entre as propostas deverá aferir o maior ou menor grau de adequação de cada uma aos critérios de julgamento.

2.4.1.2 As diferenças de grau de adequação entre as Propostas deverão refletir-se na gradação das pontuações atribuídas a cada quesito e subquesito.

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

Quesitos	Pontuação máxima
1. Plano de Comunicação Publicitária	65
1. Raciocínio Básico	5
2. Estratégia de Comunicação Publicitária	25
3. Ideia Criativa	25
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2. Capacidade de Atendimento	15
I. Clientes	3
II. Profissionais	6
III. Infraestrutura	2
IV. Sistemática de Atendimento	1
V. Informações de Marketing e Comunicação	3
3. Repertório	10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10

2.4.2.1 Cada membro da Subcomissão Técnica fará análise individualizada e julgamento de cada quesito e subquesito e observará as seguintes condições:

- a) cada peça do quesito Repertório poderá receber, no máximo, 1 (um) ponto;
- b) cada Relato do quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação poderá obter, no máximo, 5 (cinco) pontos.

2.4.3 A pontuação final de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica, expressa em 2 (duas) casas decimais.

2.4.4 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Apêndice.

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

2.4.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.5 Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 2.6.

2.5.1 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem classificada, será assim considerada a licitante que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.5.2 Se ainda assim persistir o empate, a decisão será feita por sorteio, na forma a ser disciplinada no Edital desta concorrência.

2.6 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, resulte, inequivocamente, na identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.6.1 Ante a ocorrência da situação de que trata a alínea 'a' do subitem anterior, a Subcomissão Técnica deverá registrar em ata o nome da licitante identificada e o motivo concreto e inequívoco que constituiu a identificação.

2.7 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender a outras exigências deste Apêndice e do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observadas as disposições do Edital.

APÊNDICE 3

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS E EXAME DA CONFORMIDADE DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1.1 A Proposta de Preços deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo 2 do Edital e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.2 Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 do Modelo de Proposta de Preços, ressalvado que não serão aceitos:

a) honorários superiores a 2% (dois por cento), a serem cobrados do Inmetro, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e a supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça 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) honorários superiores a 2% (dois por cento), a serem cobrados do Inmetro, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e a supervisão da licitante, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste, realizada a suas expensas;

c) honorários superiores a 15% (quinze por cento), a serem cobrados do Inmetro, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, classificados como formas inovadoras de comunicação publicitária, com a intermediação e a supervisão da licitante, destinados a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias criadas por ela e cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) honorários superiores a 1,5% (um inteiro e cinco décimos por cento), a serem cobrados do Inmetro, incidentes sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, classificados como formas inovadoras de comunicação publicitária, com a intermediação e a supervisão da licitante, não enquadrados no inciso anterior, cuja

execução não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº4.680/1965.

1.3 O prazo de validade de que trata o subitem 1.3 do referido modelo deverá ser de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

1.3.1 Caso a licitante fixe prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos Invólucros nº 4, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do § 2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.3.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos Invólucros nº 4 ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

2. EXAME DA CONFORMIDADE DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

2.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão examinadas pela Comissão Especial de Licitação no tocante à conformidade com as disposições do Edital e deste Apêndice.

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

2.3 Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas ‘a’, ‘b’, ‘c’ e ‘d’ do subitem 1.2.

2.4 Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 2.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar o menor percentual de honorários referentes à alíneas ‘c’.

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

- a) o menor percentual de honorários previsto na alínea ‘c’ do subitem 14.2;
- b) o menor percentual de honorários previsto na alínea ‘a’ do subitem 14.2;
- c) o menor percentual de honorários previsto na alínea ‘b’ do subitem 14.2;
- d) o menor percentual de honorários previsto na alínea ‘d’ do subitem 14.2.

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

APÊNDICE 4

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1.1 Os Documentos de Habilitação, a serem apresentados pelas 2 (duas) licitantes vencedoras da etapa de julgamento das Propostas Técnicas e das Propostas de Preços, deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados em uma das seguintes formas:

I - em via original;

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial;

III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública;

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

1.1.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Apêndice.

1.1.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

1.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista dos subitens a seguir:

1.2.1 Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da

diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

1.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

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

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

c) regularidade perante as Fazendas federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;

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) regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) regularidade perante a Justiça do Trabalho.

1.2.2.1 Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

1.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

1.2.2.3 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 indicativa de prazo distinto.

1.2.3 Qualificação Técnica:

a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 do Projeto Básico;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e

certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

1.2.4 Qualificação Econômico-financeira

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

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

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

b) balanço patrimonial, demonstrações de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no § 6º do art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração

e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º 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 no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

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 no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
- c) termo de abertura e encerramento;
- d) requerimento de autenticação de Livro Digital;
- e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

1.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio 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.

1.2.4.2 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 1.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

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

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

b) do balanço referido no subitem 1.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

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

1.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

1.2.4.4 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 1.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 5% (cinco por cento) do valor estipulado no subitem 3.1 do Projeto Básico.

1.2.5 Declarações:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

À
Comissão Especial de Licitação
Referente Concorrência nº 7/2024

<nome da licitante, 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 VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, 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 a ressalva a seguir:>

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

<local e data>

<representante legal da licitante

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

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº 7/2024

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante, doravante denominada <nome de fantasia>, para fins do disposto na alínea ‘b’ do subitem 1.2.5 do Apêndice 4, 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 <nome da licitante>, e que 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 Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro, 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

1.3 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.

1.4 A inscrição no sistema de registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), a que se referem os arts. 87 e 88 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 1.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao contratante a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

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

a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 do Projeto Básico;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas 'b', 'b1' e 'b2' do subitem 1.2.3;

c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 5% (cinco por cento) do valor estipulado no subitem 3.1 do Edital, 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 2.2 – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);

d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.5.

1.5.1 Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 1.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que trata a alínea 'b' do subitem 1.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 1.2.4.1.

1.5.2 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.

2. JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

2.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e cujas Propostas de Preços estejam em conformidade com as regras deste Projeto Básico e do Edital e as julgará habilitadas se atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 1.

2.2 Em complemento à análise dos documentos da licitante que optou por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 1.5, será realizada consulta on-line no SICAF, com vistas a verificar a conformidade dos documentos de habilitação, cuja consulta será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

2.2.1 A Declaração referente à situação da licitante 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 licitante.

2.3 Para a análise da habilitação da licitante também serão realizadas consultas: ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União (TCU).

2.4 Se a licitante não restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes remanescentes para a apresentação dos Documentos de Habilitação, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas e desde que tenham apresentado suas Propostas de Preços em conformidade com as regras deste Projeto Básico.