**EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 01/2019**

Processo nº 19.00.1500.0010668/2018-84

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

**EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 01/2019**

**Processo nº 19.00.1500.0010668/2018-84**

**SUMÁRIO**

|  |  |
| --- | --- |
|  **Edital** | **Página** |
|  1. Disposições iniciais | 4 |
|  2. Recebimento e abertura das Propostas e Documentos | 4 |
|  3. Objeto | 5 |
|  4. Retirada do Edital | 9 |
|  5. Informações e esclarecimentos sobre o Edital | 9 |
|  6. Impugnação do Edital | 10 |
| 7. Condições de participação | 11 |
|  8. Credenciamento de representantes | 13 |
|  9. Entrega das Propostas  | 14 |
| 10. Entrega da Proposta de Preço | 15 |
| 11. Apresentação e elaboração da Proposta Técnica | 16 |
| 12. Julgamento das Propostas Técnicas | 16 |
| 13. Apresentação e elaboração da Proposta de Preço | 16 |
| 14. Valoração das Propostas de Preço | 16 |
| 15. Julgamento final das Propostas | 16 |
| 16. Entrega e forma de apresentação dos Documentos de Habilitação | 17 |
| 17. Análise dos Documentos de Habilitação | 26 |
| 18. Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica | 27 |
| 19. Procedimentos licitatórios | 32 |
| 20. Homologação e adjudicação | 40 |
| 21. Divulgação dos atos licitatórios | 40 |
| 22. Recursos administrativos | 41 |
| 23. Recursos orçamentários | 42 |
| 24. Condições contratuais | 42 |
| 25. Garantia | 45 |
| 26. Remuneração e pagamento | 47 |
| 27. Fiscalização | 47 |
| 28. Sanções administrativas | 48 |
| 29. Disposições finais | 50 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **ANEXO I - Termo de Referência** |  |
| **ANEXO II - Modelo de Procuração** |  |
| **ANEXO III - Declaração de Regularidade** |  |
| **ANEXO IV - Minuta de Contrato** |  |
| **ANEXO V - Formulário de Retirada de Invólucro** |  |

**CONCORRÊNCIA Nº 01/2019**

**Processo nº 19.00.1500.0010668/2018-84**

**CONCORRÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**

**1. DISPOSIÇÕES INICIAIS**

1.1 O Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP), neste ato representado pela Comissão Especial de Licitação, designada pela Portaria nº 59, de 20 de março de 2019, do Senhor Secretário-Geral Adjunto do Conselho Nacional do Ministério Público, publicada na Seção 2 do Diário Oficial da União, de 24 de abril de 2019, torna público, para ciência dos interessados, que realizará licitação, na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, do tipo  **TÉCNICA E PREÇO**, para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, no regime de empreitada por preço unitário, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993.

1.2.1 Aplicam-se também a esta concorrência, o Decreto nº 6.555/2008, o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002 o Decreto nº 3.722/2001, a Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 03/2018, e as disposições deste Edital.

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

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

* dia: 04/ 11 /2019;
* hora: 14:00 horas (Horário de Brasília);
* local: Setor de Administração Federal Sul - SAFS, Quadra 2, Lote 3, edifício Adail Belmonte, CEP 70070-600 - Brasília/DF

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

 2.1.2 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item **18.2**, e na legislação.

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

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

**3. OBJETO**

3.1 Contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a público de interesse.

3.2Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

 a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados 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 criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

3.3 Pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘b’ do item **3.2** terão a finalidade de:

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

 b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

3.4.Os serviços previstos no item **3.2** não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e de relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

 3.4.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação.

3.5.Os serviços objeto da presente licitação abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do CNMP.

3.6.Para a prestação dos serviços será contratada **1 (uma)** agência de propaganda, doravante denominadas agência, licitante ou contratada.

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

 3.6.2 A agência atuará por ordem e conta da ASCOM, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o item **3.2**, e de meios de divulgação, se for o caso, para a transmissão de mensagens publicitárias.

 3.6.3 É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços compreendidos no objeto do edital.

**3.7** Os serviços previstos neste projeto contemplarão:

 a) O planejamento, conceituação, concepção de campanhas para o público externo (incluídos como público instituições como os ramos do Ministério Público, órgãos de governo, Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público-OSCIPs ou outras segmentações necessárias à eficaz disseminação de cada mensagem), a serem definidas em cada solicitação da ASCOM, por todo o período contratual.

 b) Criação, roteirização, pré-produção, produção técnica, finalização, implementação, intermediação e supervisão da produção de todas as peças planejadas e propostas.

 c) A sugestão, a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

 d) Planejamento de mídia e não-mídia para a campanha interna e externa, independentemente da utilização ou não dos planos sugeridos.

 e) Produção de todas as peças sugeridas.

 f) A consultoria na distribuição das peças produzidas conforme o plano de mídia e não-mídia.

 g) Reuniões com a equipe da Assessoria de Comunicação Social do CNMP, para aprovação de cada passo (da ideia à arte-finalização).

 h) Pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação da campanha, incluindo todas as peças e materiais publicitários (Nas avaliações de pré-teste e pós-teste, é vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com cada ação publicitária específica ou com o objeto do contrato desta prestação de serviços de publicidade);

 i) A entrega, para fins de arquivo, de **2 (duas)** cópias (impressas e gravadas em mídia digital) de todo o material produzido.

 j) A guarda, para solicitação a qualquer tempo, de cópias do material produzido pela agência.

**3.7.1** Não está contemplada no objeto desta licitação a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento veiculada via Diário Oficial.

**3.7.2**  O objeto da presente licitação está especificado detalhadamente no *"Briefing"* (Anexo A do Termo de Referência), que servirá de base para a pontuação da avaliação técnica e será parte integrante do edital.

**3.7.3** Os serviços de concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação, nos termos do art. 72 da Lei nº 8.666/93. As demais ações poderão ser subcontratadas a critério e sob supervisão da agência contratada. Para essa subcontratação, as contratadas deverão apresentar ao CNMP lista de fornecedores, a ser validada pela Assessoria de Comunicação, com três opções de produção para cada peça ou atividade sugerida.

**3.7.4**  Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no artigo 2º da lei 12.232/2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

**4. RETIRADA DO EDITAL**

4.1 Este Edital será fornecido a qualquer interessado, na Comissão Permanente de Licitações do CNMP, situada no SAFS, Quadra 2, Lote 3, edifício Adail Belmonte, nesta Capital.

4.2 Será gratuita a retirada deste Edital por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

a) [www.comprasgorvenamentais.gov.br](http://www.comprasgorvenamentais.gov.br);

 b) <http://www.cnmp.mp.br/portal/transparencia/licitacoes>

4.3 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.

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

5.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até as 18 **horas do dia 29 de outubro de 2019** exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

* por carta ou ofício: protocolizado de segunda a sexta-feira, das **12 às 18h**, no Protocolo Administrativo do CNMP, situada no SAFS, Quadra 2, Lote 3, edifício Adail Belmonte, nesta Capital;
* pelo e-mail licitacoes@cnmp.gov.br.

 5.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Especial de Licitação em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

 5.1.2 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na *internet*, <http://www.cnmp.mp.br/portal/transparencia/licitacoes>, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante.

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

 5.1.3 Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

 5.1.4 os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços.

**6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

6.1 Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até o **dia 25 de outubro de 2019**, de segunda a sexta-feira, das **12h às 18h**, na sala T-05, SAFS, Quadra 2, Lote 3, edifício Adail Belmonte,Brasília/DF, ou enviado por E-mail licitacoes@cnmp.mp.br o qual deverá ser julgado e respondido em até **3 (três)** dias úteis, contados da data do seu recebimento, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

6.2 Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até **2 (dois)** dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preço, mediante solicitação por escrito e protocolizada ou enviada por E-mail conforme item **6.1**.

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

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

**7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

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

7.2 Os serviços de publicidade serão contratados em agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

7.3 Não poderão participar desta concorrência:

a) empresa estrangeira que não funcione no País;

 b) consórcio de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição;

 c) empresa apenada com a suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o CNMP;

d) empresa apenada com o impedimento de licitar e contratar com a união;

e) empresa declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, nos limites determinados pelo inciso IV do art. 87 da Lei nº 8.666/93;

 f) empresa que estiver processo de falência ou sob regime de concordata, concurso de credores, dissolução ou liquidação;

g) empresa em regime de subcontratação.

h) empresa que atue sem fins lucrativos.

7.3.1 Para fins do disposto na alínea “e” do item 7.3, entende-se por ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, a administração direta e indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, abrangendo inclusive as entidades com personalidade jurídica de direito privado sob controle do poder público e das fundações por ele instituídas ou mantidas.

7.4 Todos os documentos exigidos na presente licitação devem estar em nome da empresa licitante e no prazo de validade estabelecido pelo órgão expedidor competente, quando for o caso.

7.5 O licitante será responsável pela veracidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do procedimento licitatório e da consequente contratação, sob as penas da lei.

7.6 Não **poderão participar desta Concorrência empresas cujo(s) sócio(s), gerente(s) ou diretor(es) sejam cônjuge(s), companheiro(s) ou parente(s) em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, de membro do Conselho Nacional do Ministério Público e de membro do Ministério Púbico em atividade no Conselho Nacional do Ministério público e ou de servidor (este quando ocupante de cargo de direção, chefia ou assessoramento) do Conselho Nacional do Ministério Público, conforme dispõem a Resolução CNMP 01/2005 (Anexo III do Edital).**

7.7 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de **01 (uma)** Proposta.

7. 8 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

 a) A confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o **Invólucro nº 1**, conforme previsto no edital, e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;

 b) A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste edital e de seus anexos;

 c) 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.

**8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

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

 8.1.1 Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnicas e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

 8.1.2 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembléia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade.

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

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

8.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preço 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 se fazer representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preço por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem **2.1**.

**9. ENTREGA DAS PROPOSTAS**

9.1 A Proposta Técnica, a Proposta de Preço e os documentos de Habilitação deverão ser apresentados à Comissão Especial de Licitação em invólucros distintos e separados, na forma a seguir discriminado:

 9.1.1 **Invólucro n° 1** – Previamente fornecido pela CONTRATANTE, deverá conter Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária, em via não identificada (Raciocínio Básico – para campanha externa e interna, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa, e Estratégia de Mídia e Não Mídia).

 9.1.2 **Invólucro nº 2 –** Deverá conter Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia), em vias e invólucro devidamente identificados.

 9.1.3 **Invólucro nº 3** – Deverá conter Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em via assinadas e identificadas e invólucro identificado.

 9.1.4 **Invólucro nº 4 –** Deverá conter Proposta de Preços, em invólucro identificado com Nome empresarial e CNPJ da licitante.

 9.1.5 **Invólucro nº 5 –** Deverá conter os Documentos de Habilitação, devidamente identificados e assinados, em invólucro identificado com nome empresarial e CNPJ da licitante.

**10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO**

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

 10.1.1 **Invólucro nº 4 –** Deverá conter Proposta de Preços, em invólucro identificado com Nome empresarial e CNPJ da licitante, com a seguinte identificação:

 Conselho Nacional do Ministério Público

 Comissão Especial de Licitação

 Concorrência nº 01/2019

Invólucro nº 4

Proposta de Preço

Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

**11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos descritos no item 12 do Termo de Referência – Anexo I do Edital.

**12 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

**12.1** A Subcomissão Técnica prevista no item **18.2** analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no item 12.8 do Termo de Referência – Anexo I do Edital.

**13 APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO**

13.1 A licitante deverá apresentar proposta elaborada em conformidade com o item 12.10 do Termo de Referência – Anexo I do Edital.

**14** **JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO**

14.1 As Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas em conformidade com o estabelecido no item 12.11 do Termo de Referência – Anexo I do Edital.

**15 JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

15.1 O julgamento final das Propostas deTécnica e de Preço desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo **TÉCNICA E PREÇO**, além dos procedimentos adotados no item 12.12 do Termo de Referência – Anexo I do Edital.

**16 APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

16.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preço, em dia, hora e local por ela estipulados.

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

 Conselho Nacional do Ministério Público

 Comissão Especial de Licitação

 Concorrência nº 01/2019

##  Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

 16.1.3 Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

16.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens a seguir:

 16.2.1 **Habilitação Jurídica:**

 a) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

 b) registro comercial, em caso de empresa individual;

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

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

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

 e) Decreto de autorização, para empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo Órgão competente, quanto a atividade assim o exigir.

16.2.2 **Regularidade Fiscal e Trabalhista:**

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

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

 c) prova de regularidade para com a Fazenda Federal (Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Certidão de Quitação da Dívida Ativa da União) fornecidas pela Secretaria da Receita Federal e Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, conjuntamente, nos termos do Decreto n.º 6.106/2007 e IN/RFB n.º 734/07), Estadual e Municipal ou Distrital, conforme o domicílio ou sede da licitante, admitida a certidão positiva com efeito de negativa 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) prova de regularidade para com a Seguridade Social (Certidão Negativa de Débito - CND);

 f) certificado de regularidade de situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS;

 g) certidão negativa de Débito Trabalhista - CNDT;

 h) certidão negativa do Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e suspensas (CEIS);

 i) certidão negativa do Cadastro Nacional de condenações Cíveis por Improbidade Administrativa do CNJ – improbidade administrativa;

 j) certidão regular do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF

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

16.2.3 **Qualificação Técnica:**

 a) Atestado ou declaração de capacidade técnica, em nome do licitante, expedido por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto desta Concorrência;

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

 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 entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

16.2.4 **Qualificação Econômico-financeira:**

 a) Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou concordata, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

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

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

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

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

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio do 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 órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio do 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.

 16.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de **1 (um)** ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade 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.

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

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

 **LG = Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo**

 **Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo**

 **SG = Ativo Total**

 **Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo**

 **LC = Ativo Circulante**

 **Passivo Circulante**

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

 **S = Ativo Total**

 **Passivo Exigível Total**

 16.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas **‘a’ e ‘b’** do subitem **16.2.4.2** serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

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

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

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

|  |
| --- |
| **Declaração (Menor)** |
|  |
|  **Concorrência CNMP nº 01/2019** |
|  |
| .........................., inscrita no CNPJ sob o nº .........., por intermédio de seu representante legal ................., portador(a) da Carteira de Identidade nº..........., inscrito(a) no CPF sob o nº............, declara, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.6.1993, que não emprega menor de **18 (dezoito)** anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de **16 (dezesseis)** anos. |
|  |
| (se for o caso acrescentar texto a seguir) |
|  |
| Ressalva: emprega menor, a partir de **14 (catorze)** anos, na condição de aprendiz. |
|  |
| Local e data |
| **ASSINATURA** |

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

|  |
| --- |
| **Declaração de Elaboração Independente de Proposta** |
|  |
|   **Concorrência CNMP nº 01/2019** |
|  |
| ............., portador(a) da Carteira de Identidade nº..........., inscrito(a) no CPF sob o nº............, como representante devidamente constituído da **(Identificação completa da licitante)**, doravante denominada licitante, para fins do disposto no item **(completar)** do Edital **(completar com identificação do edital)**, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que: |
| a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela licitante, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa; |
| b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da 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 da ASCOM 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 |
| **ASSINATURA** |

 **c) declaração de inexistência de fato superveniente impeditivo de sua habilitação, na forma do § 2º do art. 32 da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa nº 02/2010:**

|  |
| --- |
| **Declaração de inexistência de fato superveniente** |
|   **Concorrência nº 01/2019** |
|  |
| .........................., 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, sob as penas da lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório e que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores. |
|  |
| Local e data |
| **ASSINATURA** |

16.3Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

16.4 O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 34 da Lei nº 8.666/1993, expedido por órgão da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem **17.2.1** e nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem **17.2.2**. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao ANUNCIANTE a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

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

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

b) comprovação de que possui patrimônio líquido mínimo de **R$ 30.000,00 (Trinta mil reais)**, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem **17.1.1** – apresentar resultado igual ou menor que **1 (um)**;

c) declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;

 d) declaração firmada conforme o modelo previsto na alínea ‘a’ do subitem **16.2.5**;

 e) declaração firmada conforme o modelo previsto na alínea ‘b’ do subitem **16.2.5**;

 f) declaração firmada conforme o modelo previsto na alínea ‘c’ do subitem **16.2.5**.

 16.5.1 A licitante que tenha solicitado seu cadastramento e ou sua habilitação parcial no terceiro dia útil anterior à data de recebimento dos Documentos de Habilitação deverá comparecer à sessão de abertura com o formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, para eventual comprovação na hipótese de seu não processamento em tempo hábil no SICAF.

**17 ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

17.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

 17.1.1 A habilitação das licitantes cadastradas no SICAF fica condicionada à verificação dos seus respectivos registros e da validade dos documentos cadastrais, por meio de consulta *on-line* ao SICAF, que será impressa sob forma de ‘Declaração de Situação’ e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SEGES/MPDG Nº 03/2018.

 17.1.2 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

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

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

 18.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por **3 (três)** membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

 18.2.1 Na subcomissão, **1 (um)** dos membros não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CNMP.

 **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, no mínimo, **9 (nove)** integrantes, previamente cadastrados pela ASCOM.

 18.3.1 O sorteio da Subcomissão Técnica definirá, ainda, **02 (dois)** membros suplentes para os casos de impedimento de quaisquer dos membros efetivos, respeitada, sempre, a proporcionalidade do parágrafo 1º do art. 10 da lei nº 12.232/2010.

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

 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 que mantenham ou não vínculo com o CNMP, nos termos dos subitens **18.2 e 18.2.1**.

 18.3.4 A relação prevista no subitem **18.3.2** conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o CNMP.

 18.3.5 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 **18.3.2**, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.

 18.3.6 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.

 18.3.7 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**.

 18.3.7.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem **18.3.**

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

 18.3.8 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem **19.3.2** e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

 18.3.9 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital 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. 3º, *caput*, da Lei 8.666/1993.

 18.3.10 Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

**TERMO DE RESPONSABILIDADE**

1. Eu, ............................................................ , Matrícula nº ..............................., lotado no .............................................., integrante da Comissão Especial de Licitação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº ........................./............... realizado pelo(a) ..........................................................., para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à 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 das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/1993, a:

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

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

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

VI – NÃO 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 – NÃO 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 ou Permanente 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 no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante 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, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou 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 órgão/entidade contratante ou 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 ........................., vinculada ao ....................................................................................., integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a) ..................................................................................., para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, 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 da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/1993, a:

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

II – NÃO 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 – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

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

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

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

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

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

Data: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_de \_\_\_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Assinatura

 18.3.11 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 IV da Lei nº 8.666/1993, no que couber.

**19 PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

 **Primeira Sessão**

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

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem **8.1**;

b) receber os **Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4**;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

 19.2.1 **O Invólucro nº 1**, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação (Portaria CNMP nº117,de 08/05/13) se não:

a) estiver identificado;

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

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

 19.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 19**.2.1**, a Comissão Especial de Licitação **não** receberá os **Invólucros nº 1**, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

 19.2.1.2 Caso o **Invólucro nº 1** esteja sujo ou acidentado, em razão de caso fortuito ou força maior, a Comissão Especial de Licitação poderá sugerir ao licitante que o substitua na própria Sessão, em local reservado, por outro invólucro, fornecido pela Comissão no local.

 19.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os **Invólucros nº 2 e nº 4**, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação (Portaria CNMP nº117,de 08/05/13), e separá-los dos **Invólucros nº 1 e nº 3**;

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

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

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

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item **20.1**.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

 **Segunda Sessão**

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

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

 b) abrir **os Invólucros nº 2**;

 c) cotejar as vias não identificadas **(Invólucros nº 1)** com as vias identificadas **(Invólucro nº 2)** do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

 e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

 f) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item **21**, com a indicação dos proponentes classificados e desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item **22**.

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

 **Terceira Sessão**

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

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

 b) abrir os **Invólucros nº 4**, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

 c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos integrantes dos **Invólucros nº 4**;

 d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

 e) identificar o Índice Técnico (IT) de cada participante, conforme disposto no subitem 12.12.2 do Termo de Referência;

 f) Identificar as Pontuações Parciais de Preço (PPP) de cada licitante, conforme disposto no subitem 12.11.4 do Termo de Referência;

 g) identificar o ìndice de Preço (IP) de cada licitante, conforme disposto no subitem 12.11.3 do Termo de Referência.

 h) Identificar a Pontuação Final (PF) de cada licitante, conforme disposto no subitem 12.12.4 do Termo de Referência.

 i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item **21**, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item **22**.

 **Quarta Sessão**

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

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

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

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

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

 e)informar:

 e1) o resultado da habilitação;

 e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item **21**, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de **5 (cinco)** dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. **109**, I, ‘a’ da Lei nº 8.666/1993;

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

 19.5.1 Serão impressas as declarações de Situação do Fornecedor e Serviço do Fornecedor pertinentes às licitantes que optaram por comprovar a habilitação parcial via SICAF, que serão assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes dos licitantes, ou por comissão por eles nomeada, as quais serão juntadas aos demais documentos apresentados pelo respectivo licitante.

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

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

**20**  **HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

20.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Ordenador de Despesas homologará o resultado desta concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem **29.10**.

20.2 Imediatamente após a homologação do resultado desta concorrência, o presidente da Comissão Especial de Licitação elaborará e encaminhará à ASCOM do CNMP o relatório final, com os resultados e um breve histórico.

**21 DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

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

 a) nas sessões de abertura de invólucros;

 b) no Diário Oficial da União;

 c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

**22 RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

22.1 Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de **5 (cinco) dias** úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Especial de Licitação do CNMP, situada no SAFS, Quadra 2, Lote 3, edifício Adail Belmonte, nesta Capital, no horário das **12h às 18h**.

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

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

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

 22.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, na Comissão Especial de Licitação do CNMP, situada no SAFS, Quadra 2, Lote 3, edifício Adail Belmonte, nesta Capital, no horário das **12h às 18h**.

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

**23 RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

 23.1As despesas a serem realizadas pela agência contratada, nos primeiros **12 (doze)** meses de contrato, estão estimadas em R$ **300.000,00 (trezentos de reais)**.

 23.1.1 Os créditos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de **2019** estão previstos no Orçamento do CNMP, na funcional programática **03.131.2100.2549.0001** (Comunicação e Divulgação Institucional); Natureza da despesa: **3.3.90.39.** As despesas para os anos subsequentes correrão à conta de dotação orçamentária própria, consignada no orçamento do CNMP.

 23.2 ÊNCIAO CNMP se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

**24 CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

24.1 O CNMP convocará a adjudicatária para assinar o contrato, por meio eletrônico, mediante uso do Sistema Eletrônico de Informações (SEI) do CNMP , no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas neste Edital, sujeitando-se às penalidades aludidas nos termos do art. 81 da Lei nº 8.666/93, bem como a aplicação das sanções previstas no item 11 deste Edital e no art. 7º da Lei nº 10.520/2002.

 24.2 Impreterivelmente dentro do prazo de 3 (três) dias úteis, contados da data da convocação que lhe seja feita pelo CNMP, a licitante vencedora deverá requerer cadastramento no Sistema Eletrônico de Informações (SEI) do CNMP, mediante o que dispõe a PORTARIA CNMP-PRESI Nº 77, de 8 de agosto de 2017, principalmente em seu Art. 8º.

24,3 Impreterivelmente dentro do prazo de 3 (três) dias úteis, contados da data da convocação que lhe seja feita pelo CNMP, a licitante vencedora deverá requerer cadastramento no Sistema Eletrônico de Informações (SEI) do CNMP, mediante o que dispõe a PORTARIA CNMP-PRESI Nº 77, de 8 de agosto de 2017, principalmente em seu Art. 8º.

24.4 O prazo mencionado acima poderá ser prorrogado uma só vez, por igual período, quando solicitado pela parte durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado aceito pela Coordenadoria de Administração/CNMP, conforme previsto no Parágrafo 1º, do art. 64, da Lei nº 8.666/93.

 24.5 Se a licitante vencedora **não** comparecer, nos prazos estipulados no subitem **24.1**, para assinar o respectivo contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual. O CNMP poderá convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante desistente, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. **81** da Lei nº 8.666/1993.

 24.6 O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terão duração de **12 (doze)** meses, contados a partir da sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da minuta de contrato até o limite de **60 (sessenta)** meses.

 24.7 O CNMP poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, nos termo da minuta de contrato.

 24.8No interesse do CNMP, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de **25% (vinte e cinco por cento)** do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. **65**, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/1993.

 24.9 Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

 24.10 Obrigam-se também a contratada por quaisquer responsabilidade decorrente de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

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

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

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

 24.14 A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. **4º** e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

 24.15 A Assessoria de Comunicação - ASCOM avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada, nos termos da minuta de contrato.

####  24.16 A agência se comprometerá a instituir e manter, após contratada, equipe de atendimento em Brasília e equipe de criação e produção necessárias para o cumprimento do objeto da licitação, conforme minuta de contrato (Anexo V).

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

 24.18 Deverão ser observadas as disposições constantes do Art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

**25 GARANTIA**

 25.1 A Contratada prestará garantia no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados da data de recebimento do contrato devidamente assinado pelas partes, correspondente ao percentual de 5% (cinco por cento) do valor anual/global do Contrato, sob a forma de uma das modalidades admitidas pelo art. 56, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, devendo ser renovada anualmente, atualizada e complementada nos termos do § 2º do mesmo artigo.

 25.2 A garantia deverá ser prestada com vigência de 03 (três) meses após o término da vigência contratual.

 25.3 O Contratante fica autorizada a utilizar a garantia para assegurar o pagamento de:

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

 b) prejuízos causados à contratante, decorrentes de culpa ou dolo da Contratada, ou de seu preposto, durante a execução do contrato;

 c) as multas punitivas aplicadas pela Administração à CONTRATADA;

 d) obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza, não honradas pela contratada.

 25.4 Na hipótese de seguro-garantia ou fiança bancária não serão aceitas garantias em cujos termos não constem expressamente os eventos indicados nas alíneas a à d do parágrafo segundo.

 25.5 O número do contrato garantido ou assegurado deverá constar do instrumento de garantia ou seguro a serem apresentados pelo garantidor ou segurador.

  25.6 A inobservância do prazo fixado para a apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de até 0,07% (sete centésimos por cento) do valor do contrato, por dia de atraso, até o limite de 2% (dois por cento).

  25.7 A Contratada se obriga a repor, no prazo de 10 (dez) dias úteis, o valor da garantia que vier a ser utilizado pela Contratante.

  25.8. O Conselho Nacional do Ministério Público não executará a garantia na ocorrência de uma ou mais das seguintes hipóteses:

 a) caso fortuito ou força maior;

 b) alteração, sem prévia anuência da seguradora ou do fiador, das obrigações contratuais;

 c) descumprimento das obrigações pela Contratada decorrentes de atos ou fatos praticados pela Administração;

 d) atos ilícitos dolosos praticados por servidores da Administração.

 25.9 Cabe à própria administração apurar a isenção da responsabilidade prevista nas alíneas c e d do parágrafo oitavo.

 25.10 Não serão aceitas garantias que incluam outras isenções de responsabilidade que não as previstas no item 11 do Anexo I da Circular SUSEP nº 477/2013.

 25.11 Ao término do Contrato, a garantia será restituída, automaticamente, ou por solicitação, somente após o integral cumprimento de todas as obrigações contratuais, inclusive recolhimento de multas, encargos previdenciários, trabalhistas, inclusive as verbas rescisórias, e satisfação de prejuízos causados à Contratante ou a terceiros, na execução do objeto contratado.

 25.12. Caso a Contratada não efetive o cumprimento das obrigações trabalhistas até o fim do segundo mês após o encerramento da vigência contratual ou da rescisão, a garantia será utilizada para o pagamento diretamente pela CONTRATANTE.

 **26**  **REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO**

 26.1 A remuneração à contratada, pelo serviço prestado, será feita nos termos da minuta de contrato, consoante o preço estabelecido em sua Proposta de Preço ou, quando for o caso, de acordo com o preço negociado na forma prevista no subitem **19.4,** alíneas ‘f’ e ‘g’.

 26.2 A forma e condições de pagamento serão nos termos da minuta de contrato (**Anexo V**).

**27**  **FISCALIZAÇÃO**

 27.1 Nos termos do Art. 67, §1º, da Lei nº 8.666/93, o CNMP designará um representante para acompanhar e fiscalizar a execução do Contrato, anotando em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução e determinando o que for necessário à regularização das falhas ou defeitos observados.

 27.1.1 As decisões e providências que ultrapassarem a competência do representante deverão ser solicitadas ao seu gestor, em tempo hábil para adoção das medidas convenientes.

 27.2 Da mesma forma, a Adjudicatária deverá indicar um preposto para, se aceito pelo CNMP representá-la na execução do Contrato.

 27.3 Nos termos da Lei nº 8.666/93 constituirá documento de autorização para a execução dos serviços o Contrato Assinado, acompanhado da Nota de Empenho.

 27.4 O Conselho Nacional do Ministério Público, poderá rejeitar, no todo ou em parte, os serviços prestados, se em desacordo com o Contrato.

27.5 Quaisquer exigências da Fiscalização, inerentes ao Objeto do Contrato, deverão ser prontamente atendidas pela Adjudicatária, sem ônus para o CNMP.

**28 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

 28.1 A CONTRATADA ficará sujeita às penalidades previstas na Lei nº 8.666/93, em caso de descumprimento de quaisquer das cláusulas ou condições do presente Contrato.

 28.2 Conforme o disposto no art. 81 da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, a recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se às penalidades legalmente estabelecidas, sem prejuízo de multa de até 10% (dez por cento) do valor da contratação e demais cominações legais.

28.3 Além do previsto no subitem anterior, pelo descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas e pela verificação de quaisquer das situações previstas no art.78, incisos I a XI da Lei 8.666/93, a Administração poderá, resguardados os procedimentos legais pertinentes, aplicar as seguintes sanções, conforme art. 87 da Lei 8.666/93, sem prejuízo de outras:

 a) advertência;

b) multa, a ser recolhida no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da comunicação oficial, nas hipóteses previstas nos itens 17 – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS e 18 – TABELA DE PENALIDADES, ambos do Termo de Referência – Anexo I do Edital;

 c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por até 2 (dois) anos;

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

 28.4 As penalidades previstas neste Edital são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou, no caso de multa, cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, garantida prévia defesa (art. 87, § 2º, da Lei nº 8.666/93).

 28.5 No caso de não-recolhimento do valor da multa, dentro de 5 (cinco) dias úteis a contar da data da intimação para o pagamento, a importância será descontada da garantia prestada ou dos pagamentos a que fizer jus a CONTRATADA ou ajuizada a dívida, consoante o § 3º do art. 86 e § 1º do art. 87 da Lei n.º 8.666/93, acrescida de juros moratórios de 1,0% (um por cento) ao mês.

28.6 Os atos administrativos de aplicação das sanções previstas nos incisos III e IV, do art. 87, da Lei n.º 8.666/93 e a constantes do art. 7º da Lei nº 10.520/02, bem como a rescisão contratual, serão publicados resumidamente no Diário Oficial da União.

28.7 De acordo com o artigo 88, da Lei nº 8.666/93, serão aplicadas as sanções previstas nos incisos III e IV do artigo 87 da referida lei, à CONTRATADA ou aos profissionais que, em razão dos contratos regidos pela citada lei:

a) tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraudes fiscais no recolhimento de quaisquer tributos;

b) tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

c) demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

28.8 Da aplicação das penas definidas no § 1º e no art. 87, da Lei n.º 8.666/93, exceto para aquela definida no inciso IV, caberá recurso no prazo de 05(cinco) dias úteis da data de intimação do ato.

28.9 No caso de declaração de inidoneidade, prevista no inciso IV, do art. 87, da Lei n.º 8.666/93, caberá pedido de reconsideração ao Exmo. Sr. Presidente do Conselho Nacional do Ministério Público, no prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data de intimação do ato, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

28.10 Na comunicação da aplicação da penalidade de que trata o item anterior, serão informados o nome e a lotação da autoridade que aplicou a sanção, bem como daquela competente para decidir sobre o recurso.

28.11 O recurso e o pedido de reconsideração deverão ser entregues, mediante recibo, no setor de protocolo do CONTRATANTE, localizado no edifício Adail Belmonte, situado no Setor de Administração Federal Sul, Quadra 03 Lote 02, Brasília/DF, nos dias úteis, das 12h às 18h.

**29 DISPOSIÇÕES FINAIS**

 29.1 É facultada à Comissão Especial de Licitação (Portaria CNMP nº117,de 08/05/13), 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 Preço ou dos Documentos de Habilitação.

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

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

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

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

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

 29.4 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à ASCOM.

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

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

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

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

 29.9 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, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

 29.10 O CNMP poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

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

 29.12 Correrão por conta do CNMP as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

 29.13 Independente de declaração expressa, a simples participação nesta licitação implica em aceitação plena das condições estipuladas neste edital, decaindo do direito de impugnar os seus termos o licitante que, o tendo aceito sem objeção, vier, após o julgamento desfavorável, apresentar falhas e irregularidades que o viciem.

29.14 Caberá à CONTRATADA, independente de declaração expressa, cientificar-se e submeter-se, no que couber, ao disposto no CÓDIGO DE ÉTICA DO CNMP, estabelecido pela Portaria CNMP-PRESI Nº 44, de 9 de abril de 2018.

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

 29.14 Integram este Edital os seguintes anexos:

 a) Anexo I: Termo de Referência

 b) Anexo II: Modelo de Procuração

 c) Anexo III: Declaração de Regularidade

 d) Anexo IV: Minuta de Contrato;

 e) Anexo V: Formulário de Retirada de Invólucro Padronizado;

Brasília , de de 2019

###### Marciel Rubens da Silva

Presidente da Comissão Especial de Licitação

**CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO**

**CONCORRÊNCIA Nº 01/2019**

**Processo nº 19.00.1500.001668/2018-84**

**CONCORRÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**

**ANEXO I**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

1. **OBJETO**
	1. Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, para atender o Conselho Nacional do Ministério Público.
2. **JUSTIFICATIVA**
	1. **Benefícios diretos e indiretos resultantes da contratação**

Desde a sua criação, em 2004, o CNMP vem crescendo em estrutura e quantidade de demandas, o que resulta em mais visibilidade e cobrança perante a sociedade. Um exemplo disso é o aumento da importância do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP) para a população entre 2014 e 2017, período em que foram realizadas pesquisas de imagem do órgão. Os dados de 2017 revelam que as avaliações subiram de 75,5% para 82,7%. Essa percepção positiva é resultado de uma atuação mais profissional do Conselho, com foco em resultados para o cidadão e a partir de uma visão da comunicação como área estratégica para a Instituição.

Comunicar-se de forma eficiente é um desafio diário que exige estratégia, criatividade e responsabilidade. A comunicação pública de qualidade, vai além: exige transparência, otimização de recursos, sustentabilidade, prestação de serviços. Atualmente, o CNMP possui uma equipe de profissionais qualificados de comunicação que atuam na concepção de campanhas publicitárias. Existem, no entanto, entraves à prestação desse serviço diretamente pelo órgão, tais como: os profissionais não atuam exclusivamente na criação de campanhas, mas trabalham também na editoração de publicações, criação de conteúdo e gestão de mídias sociais e criação de identidades visuais; o número de profissionais na equipe é insuficiente para atender a toda a complexidade de demandas dos setores da Casa; existe grande rotatividade de estagiários na equipe, que nem sempre possuem perfil para trabalhar com criação e direção de arte; e, por último, a quantidade limitada ou até mesmo inexistente de recursos materiais no órgão (equipamentos, estúdios de gravação) acaba por inviabilizar pedidos de áreas e até mesmo a execução de ideias inovadoras.

Posto isso, entende-se que para atender com qualidade aos anseios de comunicação da sociedade, é necessária a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade. As campanhas realizadas pelo CNMP nos últimos anos por intermédio de agência de publicidade são um reflexo da importância deste serviço. Uma delas é o "Conte até 10", lançada em 2012, que envolveu instituições no Brasil inteiro em prol do combate aos homicídios cometidos por impulso e motivos fúteis e contou com a participação de diversas personalidades do esporte. Outra campanha de grande impacto foi o "João Cidadão", com lançamento em 2015, que tinha como objetivo levar conhecimento sobre direitos básicos e cidadania a crianças e adolescentes, por meio de conteúdo informativo e formativo com foco nas mídias sociais. Outra campanha de grande impacto, lançada em 2018 foi a "SãoSeusDireitos", que divulgou um videoclipe com os 30 artigos da Declaração Universal dos Direitos Humanos. Esta última, contou com a participação de celebridades notórias da música e teve uma larga repercussão em canais online e na mídia tradicional. Todas essas ações trouxeram grande visibilidade para o CNMP e só foram possíveis de ser executadas por intermédio de agência de publicidade. Além de campanhas semelhantes a essas que podem vir a surgir, há a previsão anual da realização da campanha do Prêmio CNMP, que busca premiar os projetos que mais se destacaram no âmbito do Ministério Público Brasileiro.

Nesse sentido, a contratação é fundamental para a manutenção e melhoria da imagem institucional do CNMP; além disso, otimiza custos do órgão com contratação de pessoal e contribui para o papel do CNMP de prestar uma comunicação pública de qualidade à sociedade.

* 1. **Conexão entre a contratação e o planejamento existente**

A visão de futuro do CNMP para os próximos cinco anos, de "Ser reconhecido como instituição ética, ágil e essencial à efetividade e ao fortalecimento do Ministério Público em favor da sociedade" possui em sua essência o trabalho de comunicação prestado pelo órgão, de buscar estar sempre próximo à sociedade. Para ser reconhecida a instituição precisa prestar um serviço público de qualidade, mas isso precisa ser levado ao conhecimento da população. Uma das formas de alcançar essa visão é por meio de campanhas publicitárias, que tornam o acesso às informações do órgão mais palatáveis à população, seja pela facilidade do discurso, pelos meios diversos de divulgação, seja pelas estratégias inovadoras de apelo junto ao público. Além disso, o serviço de publicidade vai ao encontro do objetivo estratégico de "Fortalecer a imagem e a identidade institucional", visto que contribui para melhorar a percepção das pessoas sobre a importância do trabalho do CNMP para a sociedade.

* 1. **Critérios ambientais adotados**

Para esta contratação, entende-se que a licitante deve cumprir requisitos mínimos de sustentabilidade que envolvam: o correto descarte de resíduos resultantes da prestação dos serviços; o cumprimento de normas técnicas de saúde, higiene e segurança do trabalho e a vedação a qualquer tipo de discriminação por motivos de raça, gênero e outros. Além disso, espera-se que os mesmos requisitos sejam observados pela contratada durante a escolha dos fornecedores.

* 1. **Natureza do serviço**

Com base no princípio da economicidade e considerando que uma licitação como a presente é onerosa para a Administração Pública, sugere-se o caráter contínuo da contratação, visto que existe a previsão de realização de pelo menos uma campanha publicitária ao ano, como é o caso do Prêmio CNMP. Além disso, possíveis campanhas que porventura venham a ser realizadas em 2019 a partir do início da vigência do contrato (2º semestre de 2019) envolveriam diversas fases, como: planejamento, criação, produção, divulgação e avaliação. No mínimo, a fase de avaliação seria realizada em 2020.

* 1. **Enquadramento do objeto a ser contratado**

O objeto desta contratação será licitado pela modalidade CONCORRÊNCIA do tipo TÉCNICA E PREÇO, com 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 8.666/1993.

Nos termos da legislação vigente, os bens e serviços comuns devem ser adquiridos mediante pregão. No entanto, entende-se que as características do serviço de comunicação são diferenciadas, razão pela qual não se enquadram no conceito de bens e serviços comuns, tendo em vista que não são dotados de padrões de desempenho e qualidade que possam ser objetivamente definidos pelo Termo de Referência, por meio de especificações usuais no mercado.

O serviço a ser contratado por meio desta licitação é predominantemente intelectual, pois exige, entre outros, que a empresa vencedora compreenda a atuação do CNMP, o objetivo da instituição com a realização de campanhas publicitárias, que elabore estratégia de comunicação para atingir o objetivo, proponha ações, crie peças e produtos.

O TCU apresenta vasta jurisprudência sobre o enquadramento do tipo de licitação que deve ser usado na contratação de serviços de predominância intelectual, como, por exemplo, o Acórdão 2172/2008 – Plenário: “Entendo como serviços de natureza intelectual aqueles em que a arte e a racionalidade humana sejam essenciais para a sua satisfatória execução. Não se trata, pois, de tarefas que possam ser executadas mecanicamente ou segundo protocolos, métodos e técnicas pré-estabelecidos e conhecidos. [...] Ressalto, a propósito, que os serviços de caráter predominantemente intelectual devem ser licitados com a adoção dos tipos de licitação de melhor técnica ou técnica e preço. (...) Tal conclusão decorre dos preceitos contidos nos arts. 45, parágrafo 4°, e 46 da Lei n° 8.666/1993”.

Além disso, a Lei n°12.232/2010, que regula licitações para contratos de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, determina que adote-se como obrigatórios os tipos melhor técnica ou técnica e preço. Em virtude do valor disponível para a contratação, considerado baixo para o mercado, e da diretriz de não utilizar a veiculação paga nos veículos de comunicação, considerou-se como melhor opção o tipo técnica e preço.

A busca pelas melhores e mais adequadas mecânicas para a contratação de serviços de comunicação levam sempre em conta o concílio da excelência na prestação com a aplicação do Princípio da Vantajosidade para a Administração Pública. Os tipos específicos são adequados para situações em que a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. Trata-se de um critério oportuno para situações em que as modificações na qualidade do bem ou serviço ofertado impliquem em variações significativas no atendimento ao interesse público visado. Nesses tipos de licitação, a proposta mais vantajosa buscada pela Administração não é aquela necessariamente menos onerosa. Além da onerosidade, a qualidade tem suma importância na apreciação das propostas.

Tanto na campanha que consta do Briefing – ANEXO A deste Termo de Referência - quanto em outras demandadas do CNMP, qualidade é fator fundamental. Falhas na compreensão da missão, visão e valores do CNMP, do objetivo da campanha, dos problemas, limitações e oportunidades de comunicação podem gerar ônus para a instituição. A situação se agrava quando no processo de criação a agência não consegue traduzir de forma simples, mas criativa, sem ferir nenhum princípio constitucional, a mensagem chave da campanha. Além disso, considerando que a diretriz do CNMP é não utilizar mídia tradicional paga, mais importante ainda é o investimento na qualidade da campanha, para que impacte o público e que seja disseminada de forma espontânea, ou mesmo veiculada sem custo para a instituição. Por isso, optou-se por pesos diferenciados, sendo de 70 para a técnica e 30 para o preço.

Observe-se que a legislação não regulamenta os pesos a serem atribuídos, deixando a critério da Administração do órgão optar pela situação que considere mais adequada. Há, no entanto, vasta jurisprudência segundo a qual é permitida a atribuição de peso maior para a técnica. “Quando os pesos forem diferentes de 50%, devem ser justificados de forma circunstanciada, visando demonstrar que não representam nem privilégio nem direcionamento e não proporcionarão aumento de preços indevido em decorrência de pequenas vantagens técnicas. A Administração também deve atribuir aos atributos técnicos pontuações que sejam proporcionais às necessidades de serviços e sem muita disparidade entre elas, sempre justificando as proporções adotadas.” Acórdão do TCU 1330/2008 - Plenário.

Conforme pode ser comprovado no Termo de Referência, no julgamento técnico é atribuído mais peso a quesitos relacionados à qualidade do trabalho intelectual da agência. Os subitens do Plano de Comunicação representam 60% da nota, sendo dada maior valoração à estratégia de comunicação publicitária e à ideia criativa. Dos 40% restantes, 20% da nota é atribuída à capacidade de atendimento, sendo o maior peso para o item que demanda da empresa informações sobre quais profissionais serão colocados à disposição da execução do contrato. Outro fator fundamental para a qualidade do serviço ou produto final. Saliente-se que a licitante não precisa já ter os profissionais previamente contratados.

Também estão detalhados de forma clara os aspectos a serem observados dentro de cada subitem. Desta forma, a Comissão Técnica poderá atribuir notas com base nos mesmos critérios para todos. E está previsto que 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. Além disso, cada membro da Comissão Técnica terá de justificar suas notas.

* 1. **Da obrigatoriedade do escritório em Brasília**

Na contratação de serviço continuado, para efeito de qualificação técnico-operacional, a Administração Pública poderá exigir do licitante a instalação de escritório em local definido previamente pela contratante, conforme prevê a Instrução Normativa Nº 5, de 25 de maio de 2017, do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão. Para este serviço, observa-se a necessidade de a empresa contratada ter escritório em Brasília a fim de manter a agilidade na prestação do serviço e pela necessidade de acompanhamento das produções e reuniões presenciais que acontecem com frequência.

* 1. **Valor global do contrato**

Os serviços descritos no objeto deste Termo de referência foram prestados nos últimos cinco anos em decorrência de uma planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, o que possibilitou a criação de diversos tipos de campanhas, em razão da flexibilidade na combinação desses itens. Cada campanha publicitária é única e apresenta diferentes níveis de complexidade, combinações diversas de produtos e serviços que são adequados para cada tipo de estratégia e cada público-alvo, o que torna extremamente difícil precisar os tipos e os quantitativos exatos de itens da referida tabela que serão usados no período de um ano. Além desse fator, existem outros que dificultam a determinação exata do quantitativo dos serviços a serem prestados, quais sejam:

- O CNMP vive uma realidade em que novas campanhas são inseridas no plano de gestão ao longo do ano, outras são retiradas e alterações em seus formatos e peças costumam acontecer ao longo do processo;

- Quando o Plano de Gestão é elaborado, as áreas demandantes definem as campanhas que desejam executar e o valor previsto para a sua execução, mas apenas depois de reunião de briefing com a agência de publicidade e do trabalho criativo desta é que se estabelece quais serão as peças a serem desenvolvidas em cada campanha. Sendo assim, ao longo de uma campanha, o orçamento pode sofrer variações, a depender da estratégia adotada.

- A cada ano, as áreas demandantes optam menos por publicações impressas e observa-se um aumento na demanda pela produção de vídeos, o que, futuramente, pode gerar cada vez mais interesse em remanejar orçamento de serviços gráficos para publicidade.

- Mudanças no cenário político e orçamentário e oportunidades podem gerar novas demandas por campanhas publicitárias. Um exemplo concreto é a realização da campanha “São Seus Direitos”, de 2018, solicitada pela Presidência do CNMP em decorrência do aniversário de 70 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos.

- Em setembro de 2019, está prevista a nomeação, pelo Presidente da República, de candidato(a) para o cargo de Procurador(a)-Geral da República. Como trata-se de um cenário incerto, podendo resultar na recondução da atual Procuradora-Geral da República ou na troca da Presidência do CNMP, novas diretrizes de comunicação podem surgir. E nesse caso, novas campanhas e estratégias de divulgação institucional podem ser demandas à Assessoria de Comunicação.

Por essas razões, é importante manter o tipo de **contratação por demanda**, sem a obrigatoriedade da execução total do valor previsto em contrato.

Ressalta-se que o fato de não ser possível precisar com exatidão quais serão os itens a serem demandados, bem como suas quantidades, não isenta a Assessoria de Comunicação Social de estabelecer parâmetros no que diz respeito ao valor contratual. A metodologia escolhida neste termo de referência baseia-se: no histórico de campanhas realizadas pelo CNMP com contrato de agência nos últimos 7 anos e os valores de execução contratual deste período; nas campanhas que já estão previstas no calendário do Plano de Gestão 2019; e na definição de um valor de contingência para eventuais campanhas não previstas que possam surgir em decorrência de oportunidades e mudanças de cenário político e orçamentário.

A tabela a seguir demonstra nos últimos 7 anos o que foi executado pela agência de publicidade, cuja vigência contratual finda-se em julho do presente ano:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ano** | **Campanhas realizadas** | **Valor executado** |
| 2012 | Conte até 10 | R$ 488.684,07 |
| 2013 | Conte até 10; Prêmio CNMP | R$ 236.075,37 |
| 2014 | Prêmio CNMP; João Cidadão | R$ 342.970,23 |
| 2015 | Prêmio CNMP; 10 anos CNMP; Ação Nacional; João Cidadão | R$ 299.955,10 |
| 2016 | João Cidadão; Prêmio CNMP | R$ 114.552,77 |
| 2017 | João Cidadão; Prêmio CNMP | R$ 145.804,61 |
| 2018 | PEN 2020-2029; Prêmio CNMP; “SãoSeusDireitos” | R$ 125.626,94 |
| **Total** |  | **R$ 1.753.669,09** |

Ao fazer uma média aritmética do valor gasto considerando 7 anos de campanhas executadas por contrato de agência, gastou-se o valor de aproximadamente R$ 250 mil reais a cada 12 meses para atender as demandas do CNMP. Importante destacar que, em todos os anos, o valor contratual previsto era maior do que o que foi executado e a execução foi feita por demanda.

Recomenda-se somar a esse valor estimado um contingente **de até 25%** destinado a campanhas de oportunidade, não previstas inicialmente e que podem vir a ser demandadas, principalmente em um cenário de mudança de gestão. Ressalta-se que esse valor pode ser futuramente suprimido, nos limites legais da Lei 8.666/93, caso a Administração entenda necessário.

Nesse sentido, esta Assessoria de Comunicação entende que, para atender satisfatoriamente as demandas previstas e não previstas de publicidade do CNMP, o valor contratual deve ser de, pelo menos **R$ 300.000,00 (trezentos mil reais).** Reitera-se, para tanto, que trata-se de valor estimado de execução, não ensejando em contexto algum a obrigatoriedade do CNMP em executá-lo integralmente.

1. **CRITÉRIOS DE SUSTENTABILIDADE**
	1. Pensando no bem-estar social dos prestadores de serviço, é exigido da contratada obediência às normas técnicas de saúde, de higiene e de segurança do trabalho, de acordo com as normas do Ministério do Trabalho e Emprego. Além disso, para comprovar seu compromisso com a responsabilidade social, a licitante deverá declarar: Não ter sido condenada ou seus dirigentes, por infringir as leis de combate à discriminação, em todas as suas formas, por motivos de raça, gênero e outros, conforme dispõe:

• a Constituição Federal de 1988 em seu inciso IV do art. 3º; inciso I do art. 5º; e

• os arts. 38 e 39 do Estatuto da Igualdade Racial, Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010.

* 1. Como forma de contribuir para o meio ambiente equilibrado, a contratada deve promover o descarte adequado dos resíduos de qualquer natureza, em atendimento à Política Nacional dos Resíduos Sólidos e ao Decreto que a regulamenta, o que poderá ser que poderá ser verificado constantemente durante a vigência do contrato.
1. **DESCRIÇÃO DO OBJETO**
	1. O serviço de publicidade compreende 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 perante públicos de interesse, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral**.**
		1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados 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; e

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

* + 1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 4.1, 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, informar e orientar o público em geral.
		2. O planejamento, previsto no subitem 4.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (online), 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.
		3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do subitem 4.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas; e

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

* + 1. Os serviços previstos nos subitens 4.1 e 4.1.1 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. 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 divulgação.
	1. Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominada LICITANTE ou CONTRATADA.
		1. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.
		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 4.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
		3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 4.1 e 4.1.1 deste Termo de Referência.
1. **DA VIGÊNCIA DO CONTRATO**
	1. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contados da sua assinatura, podendo ser prorrogado por períodos sucessivos, limitada sua duração a 60 (sessenta) meses, nos termos do artigo 57, inciso II, da Lei 8.666/93.
2. **ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**
	1. Os recursos dessa contratação estão consignados no orçamento da União para 2019 no Programa 03.131.2100.219I.0001, Ação 219I - Publicidade Institucional e de Utilidade Pública, Fonte 0100, Elemento Contábil 33.90.39-92 (SERVICOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL).
3. **DA ENTREGA E CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO DO OBJETO**
	1. Os serviços executados pela CONTRATADA serão recebidos pelo CONTRATANTE, obedecido o prazo estipulado para conclusão, da seguinte forma:
		1. **Provisoriamente:** mediante e-mail ou assinatura do protocolo de recebimento pelo contratante, após a realização dos serviços, para posterior verificação da sua conformidade com a especificação.
		2. **Definitivamente:** mediante e-mail em até 15 (quinze) dias úteis após o recebimento provisório e a verificação da perfeita execução das obrigações contratuais (qualidade e/ou quantidade, etc), ocasião em que se fará constar o atesto na própria Nota Fiscal.
	2. Na hipótese de a verificação a que se refere o subitem anterior não ser procedida dentro do prazo fixado, reputar-se-á como realizada, consumando-se o recebimento definitivo no dia do esgotamento do prazo.
	3. Caso os serviços estejam em desconformidade com o especificado no contrato, serão rejeitados parcial ou totalmente, conforme o caso, e a CONTRATADA será obrigada a refazê-los, a suas expensas, no prazo **máximo de 5 (cinco) dias** contados da data de recebimento da notificação. O prazo poderá ser negociado entre as partes a fim de não prejudicar o cronograma de realização das campanhas.
		1. Essa notificação suspende os prazos de recebimento e de pagamento até que a irregularidade seja sanada.
	4. O recebimento provisório ou definitivo do objeto não exclui a responsabilidade da contratada pelos prejuízos resultantes da incorreta execução do contrato.
4. **DO LOCAL E DO PRAZO PARA A PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS**
	1. Os serviços deverão ser prestados no Distrito Federal, em escritório próprio da agência.
	2. A prestação dos serviços deverá ter início em data ou prazo fixado em Ordem de Serviço, contado a partir do recebimento da referida Ordem, ou conforme cronograma definido em reunião entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA.
	3. Quando, para a execução dos serviços, for necessário realizar reunião com o CONTRATANTE, deve ser realizada nas dependências do CNMP. As reuniões deverão ser realizadas em período comercial, das 9h às 19h, mediante agendamento prévio com a Assessoria de Comunicação Social.
	4. A prestação dos serviços deverá ser realizada nas condições especificadas neste Termo de Referência.
5. **OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**
	1. Proporcionar as facilidades indispensáveis à boa execução das obrigações contratuais.
	2. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Edital e seus anexos.
	3. Verificar minuciosamente, no prazo fixado, a conformidade dos serviços realizados provisoriamente com as especificações constantes do Edital e da proposta, para fins de aceitação e recebimentos.
	4. Comunicar à CONTRATADA, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades verificadas no serviço realizado, fixando prazo para que seja substituído, reparado ou corrigido.
	5. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, efetuando os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados, dentro dos prazos previstos na legislação em vigor, após o cumprimento das formalidades legais;
	6. O CONTRATANTE não responderá por quaisquer compromissos assumidos pela CONTRATADA com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato da CONTRATADA, de seus empregados, prepostos ou subordinados.
	7. Assegurar o livre acesso dos empregados da CONTRATADA, no período de expediente do CNMP, nos dias úteis, desde que devidamente identificados, aos locais em que devam executar suas tarefas, sendo vedada, salvo se por autorização expressa do CONTRATANTE, o trânsito em áreas estranhas às suas atividades.
	8. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
	9. Prestar informações e esclarecimentos pertinentes e necessários que venham a ser solicitados pelo representante da CONTRATADA;
	10. Ordenar a imediata retirada do local, bem como a substituição, de empregado da CONTRATADA que estiver sem uniforme ou crachá de identificação, que atrapalhar ou dificultar a fiscalização, ou cuja conduta esteja inadequada, a critério do CNMP.
	11. Relacionar-se com a CONTRATADA, exclusivamente, por meio de pessoa por ela formalmente indicada;
	12. Anotar em registro próprio e notificar à CONTRATADA, por escrito, a ocorrência de eventuais imperfeições no curso de execução do serviço, fixando prazo para a sua correção.
	13. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência de 5 (cinco) dias úteis, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
	14. O CONTRATANTE, por meio da Secretaria de Administração, reserva-se o direito de exercer, quando lhe convier, fiscalização sobre os serviços contratados, e ainda, aplicar as penalidades previstas neste instrumento ou rescindi-lo, caso a CONTRATADA descumpra quaisquer das cláusulas estabelecidas no contrato.
	15. Será(ão) nomeado(s) Gestor(es) do Contrato, que ficará(ão) responsável(eis) pela fiscalização e acompanhamento da execução do objeto contratado, devendo fazer anotações e registros de todas as ocorrências, determinando o que for necessário à regularização das falhas ou defeitos observados para o fiel cumprimento das cláusulas e condições estabelecidas, e, ainda, atestar a nota fiscal quando do recebimento definitivo, o que não exclui nem reduz as responsabilidades da CONTRATADA.
		1. O(s) Gestor(es) do Contrato terá(ão) poderes para:

a) definir toda e qualquer ação de orientação, gerenciamento, controle e acompanhamento da execução do Contrato, determinando as providências cabíveis;

b) suspender a execução dos serviços, total ou parcialmente, em qualquer tempo, quando estes não estiverem sendo executados dentro dos parâmetros estabelecidos no Contrato, submetendo o caso ao Secretário de Administração para decisão.

* 1. A juízo do CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem ao instrumento contratual poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.
	2. 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.
1. **OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**
	1. A Contratada deve cumprir todas as obrigações constantes no termo de referência e sua proposta, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto e, ainda:
	2. Indicar formalmente seu preposto.
	3. Orientar regularmente seus empregados acerca da adequada metodologia de otimização dos serviços, dando ênfase à economia no emprego de materiais e à racionalização de energia elétrica no uso dos equipamentos.
	4. Atender, no que lhe couber, as disposições previstas na Lei nº 12.305/2010, de 02 de agosto de 2010, (Política Nacional dos Resíduos Sólidos), e no Decreto nº 7.404/2010, de 23 de dezembro de 2010, que a regulamenta; sob pena de, independentemente da existência de culpa, ser obrigada a reparar eventuais danos causados, sem prejuízo das sanções cíveis e penais previstas em lei, em especial daquelas fixadas na Lei 9.605/1998, de 12 de fevereiro de 1998, que dispões sobre sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente e dá outras providências;
	5. É de responsabilidade da CONTRATADA a disposição final responsável e ambientalmente adequada dos resíduos de qualquer natureza, após o uso, em observância à Logística Reversa disposta no art. 33 da Lei nº 12.305/2010, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos, obedecendo ao disposto na Norma Brasileira ABNT NBR 10004:2004 e em conformidade com o respectivo acordo setorial, regulamento expedido pelo Poder Público ou termo de compromisso.
		1. Deve constar como obrigação da contratada a manutenção dessas condições, o que poderá ser verificado constantemente durante a vigência do contrato, sob pena de rescisão contratual.
		2. O CONTRATANTE reserva-se o direito de assumir a responsabilidade a que se refere o item anterior, podendo dar outra destinação aos resíduos após o uso, caso julgue mais conveniente para a Administração.
	6. A CONTRATADA deve relacionar-se com o CONTRATANTE, exclusivamente, por meio do fiscal do contrato, e preferencialmente, por escrito.
	7. A CONTRATADA deverá prestar esclarecimentos ao CNMP e sujeitar-se às orientações do fiscal do contrato.
	8. Arcar com todas as despesas diretas e indiretas, decorrentes do cumprimento das obrigações assumidas, sem qualquer ônus adicional para o CONTRATANTE.
	9. Comunicar imediatamente ao Gestor do Contrato toda e qualquer irregularidade ou dificuldade que impossibilite a execução dos serviços.
	10. A CONTRATADA é obrigada a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos, avarias ou incorreções resultantes da execução ou de materiais empregados, no prazo de até 7 dias úteis (Art. 69 Lei 8.666/93).
	11. Relatar ao CONTRATANTE, no prazo máximo de 24 horas, irregularidades ocorridas que impeçam, alterem ou retardem a execução do contrato/objeto, efetuando o registro da ocorrência com todos os dados e circunstâncias necessárias a seu esclarecimento, sem prejuízo da análise da administração e das sanções previstas.
	12. Manter, durante a execução do 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.
	13. 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.
	14. 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.
	15. 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 disposto em contrato.
	16. 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.
	17. 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. 3º da Lei nº 8.666/1993 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.
	18. Não será aceito, sob nenhum pretexto, a transferência de responsabilidades da CONTRATADA para terceiros, sejam fornecedores ou quaisquer outros.
	19. A CONTRATADA deve zelar pelas instalações do CONTRATANTE .
	20. A CONTRATADA deve assumir todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do contrato, bem como a responsabilidade pelos encargos trabalhista, previdenciário, fiscal e comercial, pelos seguros de acidente e quaisquer outros encargos resultantes da prestação do serviço, sendo que não existirá para o CNMP qualquer solidariedade quanto ao cumprimento dessas obrigações.
	21. 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.
	22. Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
	23. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, se for o caso, bem como responder por todos os efeitos dos contratos, perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.
	24. A CONTRATADA deve responsabilizar-se por quaisquer acidentes de trabalho sofridos pelos seus empregados quando em serviço.
	25. A CONTRATADA deve observar rigorosamente as normas regulamentadoras de segurança do trabalho.
	26. Cumprir e fazer cumprir a legislação e as normas internas do Conselho Nacional do Ministério Público relativas à segurança e proteção ambiental.
	27. A CONTRATADA obriga-se a manter, nas dependências do CONTRATANTE, os funcionários identificados e uniformizados de maneira condizente com o serviço.
	28. A CONTRATADA é obrigada a disponibilizar e manter atualizados conta de e-mail, endereço e telefones comerciais para fins de comunicação formal entre as partes.
	29. Resguardar que seus funcionários cumpram as normas internas do CONTRATANTE e impedir que os que cometerem faltas a partir da classificação de natureza grave continuem na prestação dos serviços.
	30. Assumir todas as responsabilidades e tomar as medidas necessárias para o atendimento dos prestadores de serviço acidentados ou com mal súbito.
	31. 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.
	32. 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. A CONTRATADA assinará um Termo de Confidencialidade (Anexo C).
		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.
	33. Não manter, durante a vigência do contrato, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação negocial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses (Anexo D) assinada pela CONTRATADA.
	34. Apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.
	35. 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, garantidas as condições previamente acordadas.
	36. 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, de acordo com as especificações estipuladas em contrato.
	37. Utilizar, na prestação dos serviços, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência para fins de verificação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, podendo o contratante solicitar, a qualquer tempo, a comprovação da capacidade de atendimento da contratada.
	38. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais perante fornecedores de bens e de serviços especializados e veículos de divulgação devendo transferir ao CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.
	39. Negociar sempre as melhores condições de preço, inclusive 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.
	40. 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 perante 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 acordo com o artigo 14 da Lei nº 12.232/2010, 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), bem como a assinatura do responsável pela cotação;

VI – 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.

* 1. 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, podendo ser dispensado na hipótese do artigo 14, § 3º, da Lei 12.232/2010.
		1. 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 com outros fornecedores.
		2. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do CONTRATANTE.
		3. 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.
		4. A CONTRATADA deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação perante 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.
		5. A CONTRATADA deverá informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas no contrato para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.
	2. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste Termo de Referência, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.
		1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados perante fornecedores em que:

a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e

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

* 1. Obter a autorização prévia do CONTRATANTE, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores e com qualquer outra despesa relacionada com o disposto em contrato.
		1. A CONTRATADA só poderá reservar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente tiver sido por ele expressamente autorizado.
		2. 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 por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência do contrato.
		3. 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.
	2. Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE, sem ônus, cópia de peças produzidas, 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 finalizados em alta resolução e respectivos arquivos abertos;

e) Arquivos fonte e imagens brutas das produções audiovisuais.

* + 1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação do CONTRATANTE.
	1. Prestar, a suas expensas, os seguintes serviços ao CONTRATANTE:

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.

* + 1. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela CONTRATADA e PELO CONTRATANTE, reservada a ESTE a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.
	1. 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 10.44. se for o caso: e 10.45;
	2. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.
	3. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com o CONTRATANTE, 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.
		1. O relatório sobre reunião de serviço deverá ser enviado pela CONTRATADA ao CONTRATANTE em até 3 (três) dias úteis após sua realização.
	4. 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 compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

a) 1 (um) diretor-geral: ensino superior completo

b) 1 (um) profissional de atendimento: ensino superior completo

c) 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa: ensino superior completo

d) 1 (um) diretor de criação: possuir ensino superior completo

e) 1 (um) redator: possuir ensino superior completo

f) 1 (um) profissional de mídia: possuir ensino superior completo

g) 1 (um) profissional de mídias sociais: possuir ensino superior completo

* 1. É vedado à CONTRATADA
		1. Caucionar ou utilizar o contrato para quaisquer operações financeiras.
		2. Utilizar o nome do CONTRATANTE, ou sua qualidade de CONTRATADA, em quaisquer atividades de divulgação empresarial, como, por exemplo, em cartões de visita, anúncios e impressos.
		3. Reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que tenha tomado ciência em razão da execução dos serviços sem o consentimento prévio e por escrito do CONTRATANTE.
		4. Ter como sócios, gerentes, diretores ou administradores cônjuges, companheiros(as) ou parentes em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, de membros e servidores ocupantes de cargos de direção, chefia ou assessoramento do Conselho Nacional do Ministério Público, do Ministério Público da União e dos Estados, sob pena de rescisão contratual;
		5. Transferir a outrem, no todo ou em parte, o objeto da contratação, sem prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.
1. **DA SUBCONTRATAÇÃO**
	1. Não será admitida a subcontratação do objeto licitatório.
2. **CRITÉRIOS PARA JULGAMENTO E ELABORAÇÃO DAS PROPOSTAS**
	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 | I. Raciocínio Básico |
| II. Estratégia de Comunicação Publicitária |
| III. Ideia Criativa |
| IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia |
| 2. Capacidade de Atendimento |
| 3. Repertório |
| 4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação |

* + 1. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
	1. **Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada:** para sua apresentação, a LICITANTE deverá considerar 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 g/m2, ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 12.2.2 deste Termo de referência;

d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;

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, observados os subitens 12.2.1, 12.2.2 e 12.2.3 deste Termo de Referência;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos; e

 j) sem identificação do CONTRATANTE.

* + 1. As especificações do subitem 12.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea ‘b’ do subitem 12.3.3 e à indicação prevista no subitem 12.3.3.3.6 deste Termo de referência.
		2. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas 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 entre 8 e 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 12.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

* + 1. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito 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; e

IV – ser apresentados em papel A3 dobrado.

* + - 1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.
		1. Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea ‘a’ do subitem 12.2 deste Termo de referência.
			1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à LICITANTE atentar para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 12.2.2 e no que estiver previsto no Termo de referência a respeito dos procedimentos licitatórios.
		2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.
		3. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 12.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.
		4. 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 nas alíneas ‘c’ dos subitens 12.2.2 deste Termo de referência. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.
		5. 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 de página previsto no subitem 12.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 12.2, no que couber.
	1. A LICITANTE deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (**ANEXO A**), observadas as seguintes orientações:
		1. **Subquesito 1 – Raciocínio Básico** – apresentação em que a LICITANTE descreverá:

a) análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas; e

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

* + 1. **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, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária; e

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. **Subquesito 3 – Ideia Criativa** – apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

 a) relação de todas as peças publicitárias que a LICITANTE julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma; e

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a LICITANTE julgar mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 12.3.3.3 deste Termo de referência.

* + - 1. A descrição mencionada na alínea ‘a’ do subitem 12.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.
			2. Se a campanha proposta pela LICITANTE previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 12.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea ‘a’ do subitem 12.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.
			3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea ‘b’ do subitem 12.3.3 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; e

d) ‘boneca’ ou layout montado dos materiais de não mídia.

* + - * 1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real 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 12.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.
				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.
				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 podendo ser inseridas imagens em movimento.
				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.

Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do CONTRATANTE, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

* + - * 1. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independentemente da forma escolhida pelo CONTRATANTE para a apresentação.
				2. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 12.3.3 deste Projeto Básico, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).
			1. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), 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, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, 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. Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea ‘d’ do subitem 12.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.
		1. **Subquesito 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 proposta, contemplando:

a) estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

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 na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

c) plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções e demais informações que a LICITANTE considerar relevantes; e

d) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

* + - 1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 12.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.
			2. O plano de mídia proposto deverá 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 de divulgação;

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

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

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

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

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia; e

h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

* + - 1. Nessa simulação:

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

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços; e

c) 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.

* + - * 1. Caso o Termo de referência 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 12.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.
	1. **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:

a) ter a identificação da LICITANTE;

b) ser datado; e

c) 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. **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. O caderno específico mencionado no subitem 12.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
		2. Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a LICITANTE deverá apresentar:

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

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

b1) 1 (um) diretor-geral: possuir nível superior completo e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em gestão de equipes;

 b2) 1 (um) profissional de atendimento: possuir nível superior completo e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em atendimento de publicidade;

 b3) 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa: possuir nível superior completo e experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, em planejamento de comunicação e marketing;

 b4) 1 (um) diretor de criação: possuir nível superior completo e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na direção de criação publicitária;

 b5) 1 (uma) dupla de criação: possuir nível superior completo e experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, em criação e redação publicitária;

 b6) 1 (um) profissional de mídia: possuir nível superior completo e experiência comprovada de no mínimo 1 (um) ano em planejamento e execução de mídia;

 b7) 1 (um) profissional de mídias sociais: possuir nível superior completo e experiência comprovada de, no mínimo 2 (dois anos) em planejamento e gerenciamento de mídias sociais.

c) infraestrutura e instalações da LICITANTE que estarão à disposição do CONTRATANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia off-line e online que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

* 1. **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. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
		2. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela LICITANTE.
		3. A LICITANTE deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
			1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2016.
			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 12.7 ou ser apresentadas soltas.
			3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 12.6 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.
				1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.
		4. 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.
		5. As peças publicitárias não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.
	2. **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. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
		2. A LICITANTE deverá apresentar 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 4 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela LICITANTE e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

a) deverá ser elaborado pela LICITANTE, em papel que a identifique;

b) deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da LICITANTE responsável por sua elaboração;

c) não pode se referir a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda; e

d) deverá estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

* + - 1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio Relato, no qual constarão, além do referendo, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.
			2. Os Relatos de que trata o subitem 12.7.2 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2016.
			3. 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:

a) 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 12.7 ou ser apresentadas soltas;

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 12.7, 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; e

c) para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

c1) A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 12.7.2.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 12.7.2 para descrição do Relato.

* 1. **Do julgamento das propostas técnicas:**
		1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das LICITANTES quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de referência.
		2. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.
			1. 1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas LICITANTES em que a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Termo de referência.
			2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

|  | **QUESITOS** | **PONTUAÇÃO** | **PONTUAÇÃO MÁXIMA** |
| --- | --- | --- | --- |
|   | 1. Plano de Comunicação Publicitária | 60 |
| **S****U****B****Q****U****E****S****I****T****O****S** | I. Raciocínio Básico | 5 |
| II. Estratégia de Comunicação Publicitária | 25 |
| III. Ideia Criativa | 20 |
| IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia | 10 |
| 2. Capacidade de Atendimento | 20 | 20 |
| 3. Repertório | 10 | 10 |
| 4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | 10 | 10 |
| **PONTUAÇÃO TOTAL** | 100 |

* + - * 1. Se a LICITANTE não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 12.6.3 e 12.7.2 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.8.2.2 deste Projeto Básico.
		1. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:
			1. **Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – 60 pontos**
				1. **Subquesito 1 – Raciocínio Básico – 5 pontos**

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação; (1 ponto)

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; (1 ponto) e

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. (3 pontos)

* + - * 1. **Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária – 25 pontos**

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; (3,5 pontos)

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito; (3,5 pontos)

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do CONTRATANTE com seus públicos; (4 pontos)

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta; (5 pontos)

e) a capacidade da LICITANTE de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; (5 pontos) e

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial. (4 pontos)

* + - * 1. **Subquesito 3 – Ideia Criativa – 20 pontos**

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária; (3 pontos)

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do CONTRATANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; (3 pontos)

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo; (3 pontos)

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam; (2,5 pontos)

e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; (3 pontos)

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo; (3 pontos) e

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento. (2,5 pontos)

* + - * 1. **Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 pontos**

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; (2 pontos)

b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia; (2 pontos)

c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária; (2 pontos)

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; (2 pontos) e

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 pontos)

* + - 1. **Quesito 2 – Capacidade de Atendimento – 20 pontos**

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; (2,5)

b) 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; (10)

b.1)A pontuação final deste subquesito será a média aritmética das pontuações obtidas por cada um dos profissionais da equipe apresentada. Caso o LICITANTE não apresente a equipe mínima exigida, a pontuação deste subquesito será igual a zero.

| **Tempo de experiência** | **Pontuação** |
| --- | --- |
| menos de 1 ano | 1 |
| 1 ano completo | 2 |
| 2 anos completos | 2 |
| 3 anos completos | 8 |
| a partir de 4 anos | 10 |

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CONTRATANTE na execução do contrato; (2,5)

d) a funcionalidade e disponibilidade operacional para o relacionamento entre a LICITANTE e o CONTRATANTE; (2,5) e

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia off-line e online que a LICITANTE colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE. (2,5)

* + - 1. **Quesito 3 – Repertório – 10 pontos**

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; (4 pontos)

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; (3 pontos) e

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (3 pontos)

* + - 1. **Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 pontos**

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da LICITANTE na proposição da solução publicitária; (2,5 pontos)

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do CONTRATANTE; (2,5 pontos)

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; (2,5 pontos) e

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela LICITANTE. (2,5 pontos)

* + 1. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal.
		2. 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 Termo de referência.
			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.
		3. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a 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; e

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

* + - 1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Termo de referência, a depender da gravidade da ocorrência.
		1. A Pontuação Técnica de cada LICITANTE (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
			1. A Pontuação Técnica da LICITANTE (PTL) será considerada na identificação do seu Índice Técnico (IT), no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, conforme disposto no subitem 12.12.2.
	1. **Dos preços:**
		1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme discriminado abaixo:
			1. .........% (................ por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
				1. Os layouts, roteiros e similares reprovados não poderão ser cobrados pela CONTRATADA.
			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 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.
			3. 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:

I – 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.

II – à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, se for o caso, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e

III – à reimpressão de peças publicitárias.

* + - * 1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.
			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 criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, se for o caso cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
				1. Serão consideradas formas inovadoras de comunicação publicitária ações de **alto nível de complexidade**, que **ultrapassem o escopo das atividades comuns de uma agência** de publicidade e que envolva, **necessariamente, o uso de novas tecnologias.**
				2. A contratante deverá apresentar justificativa, por escrito, se o serviço se enquadrar neste quesito.
				3. A contratada poderá recusar a justificativa apresentada se entender que há divergência entre esta e o serviço a ser executado.
			2. Os honorários de que tratam os subitens 12.9.1.2, 12.9.1.3 e 12.9.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.
			3. 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.
			4. As formas de remuneração estabelecidas nas cláusulas acima poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.
			5. A CONTRATADA não fará jus:
				1. 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;
				2. 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, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
				3. 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 criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, se for o caso cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
				4. a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.
	1. **Apresentação da proposta de preço:**
		1. A Proposta de Preços deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços constante no ANEXO B, a qual deverá ser 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.
		2. Os quesitos a serem valorados pelas LICITANTES são os integrantes da Proposta de Preços, ressalvado que, nos termos do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, não serão aceitos:

a) percentual de desconto inferior a 45% (quarenta e cinco por cento), a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) percentual de honorários superior a 10,8% (dez vírgula oito 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 divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários superior a 4% (quatro por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I – ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II – à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III – à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários superior a 4,5% (quatro vírgula cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

* + 1. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de no mínimo 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.
			1. Caso a LICITANTE fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 12.10.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Permanente de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.
			2. A LICITANTE que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com a Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.
			3. O preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
	1. **Julgamento das propostas de preços**
		1. As Propostas de Preços das LICITANTES classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência.
		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.
		3. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.
		4. O Preço Proposto pela LICITANTE (PPL), em cada quesito da Proposta de Preços, nos termos do subitem 12.10.2, será considerado na identificação de suas Pontuações Parciais de Preço (PPP), da seguinte forma:

PPP = MPH1/PPL = quando o menor preço se referir ao Menor Percentual de Honorários para o **quesito b** do subitem 12.10.2 (MPH1); ou

PPP = MPH2/PPL = quando o menor preço se referir ao Menor Percentual de Honorários para o **quesito c** do subitem 12.10.2 (MPH2); ou

PPP = (MPH3/PPL) x 2 = quando o menor preço se referir ao Menor Percentual de Honorários para o **quesito d** do subitem 12.10.2 (MPH3); ou

PPP = PPL/MPD = quando o menor preço se referir ao **Maior** Percentual de Desconto (MPD); sendo

PPL = Percentual Proposto pelo licitante no quesito.

* + 1. As Pontuações Parciais de Preço (PPP) serão consideradas na identificação do Índice de Preços (IP) de cada LICITANTE, no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem 12.12.3.
	1. **Julgamento final das propostas técnicas e de preços:**
		1. No julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão Permanente de Licitação observará o rito previsto na Lei nº 8.666/1993, para a licitação do tipo Técnica e Preço, e adotará os seguintes procedimentos:

I – identificação do Índice Técnico (IT) de cada LICITANTE;

II – identificação do Índice de Preços (IP) de cada LICITANTE; e

III – identificação da Pontuação Final (PF) de cada LICITANTE.

* + 1. O Índice Técnico (IT) de cada LICITANTE será obtido pela aplicação da fórmula **IT = PTL/MPT**, utilizando-se duas casas decimais, em que:

**IT** = Índice Técnico.

**PTL** = Pontuação Técnica da LICITANTE, nos termos do subitem 12.8.7

**MPT** = Maior Pontuação Técnica dentre as apresentadas pelas LICITANTES.

* + 1. O Índice de Preços (IP) de cada LICITANTE será obtido pela aplicação da fórmula **IP** = ∑ **PPP**, utilizando-se duas casas decimais, em que:

**IP** = Índice de Preços.

**PPP** = Pontuações Parciais de Preço, a serem identificadas nos termos do subitem 12.11.4.

* + 1. A Pontuação Final (PF) de cada LICITANTE será obtida pela aplicação da fórmula **PF = (IT x PT) + (IP x PP)**, utilizando-se duas casas decimais, em que:

**PF** = Pontuação Final.

**IT** = Índice Técnico.

**PT** = Peso Técnico, que corresponde a 70 (*setenta*).

**IP** = Índice de Preços.

**PP** = Peso de Preços, que corresponde a 30 (*trinta*).

* + 1. Será vencedora da concorrência a LICITANTE que mantenha as condições de participação estabelecidas no Edital e que:

a) tenha obtido a maior Pontuação Final (PF), nos termos do subitem 12.12.4 e

b) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 21 deste Termo de referência.

1. **ALTERAÇÃO SUBJETIVA**
	1. É admissível a fusão, cisão ou incorporação da contratada com/em outra pessoa jurídica, desde que sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original; sejam mantidas as demais cláusulas e condições do contrato; não haja prejuízo à execução do objeto pactuado e haja a anuência expressa da Administração à continuidade do contrato.
2. **DIREITOS AUTORAIS**
	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 do contrato passam a ser integralmente do CONTRATANTE, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.
		1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas no contrato.
		2. O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência do contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos.
		3. A juízo do CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos do Ministério Público brasileiro, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
			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.
	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 deverá solicitar, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo CONTRATANTE.
		1. A CONTRATADA deverá utilizar 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 do reajuste desses serviços estabelecidos no item 14.7 deste Termo de referência.
	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.
	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 10.40.
	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

a) 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.

b) 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; e

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

* + 1. Caso o CONTRATANTE pretenda utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.
	1. O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos do Ministério Público Brasileiro. 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 para aprovação.
	2. **Do reajuste dos Direitos Autorais**
		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 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido por regra de três simples.
			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.
		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, 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido por regra de três simples.
			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.
		3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, 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 no contrato.
1. **CONTROLE DA EXECUÇÃO**
	1. Nos termos do art. 67 Lei nº 8.666, de 1993, será designado representante para acompanhar e fiscalizar a realização dos serviços de Publicidade prestados por intermédio da agência de propaganda, anotando em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução e determinando o que for necessário à regularização de falhas ou defeitos observados.
	2. As decisões e providências que ultrapassarem a competência do representante deverão ser solicitadas ao seu gestor, em tempo hábil para adoção das medidas convenientes (Art. 67, §2º Lei 8.666/93).
	3. O contrato Assinado ou a ordem de serviço acompanhada da Nota de Empenho constituirão documentos de autorização para a execução dos serviços.
	4. O representante da Administração anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do contrato, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos funcionários eventualmente envolvidos, determinando o que for necessário à regularização das falhas ou defeitos observados e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis.
	5. O Conselho Nacional do Ministério Público, poderá rejeitar, no todo ou em parte, se em desacordo com o Termo de Referência.
	6. Quaisquer exigências da Fiscalização, inerentes ao Objeto da presente contratação, deverão ser prontamente atendidas pela Contratada.
2. **CONDIÇÕES DE FATURAMENTO E PAGAMENTO**
	1. O CONTRATANTE pagará à CONTRATADA, pelos serviços efetivamente prestados, em até 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data de recebimento definitivo do objeto, acompanhada do atesto do Fiscal do contrato, conforme o disposto nos artigos 67 e 73 da Lei 8.666/93.
	2. Caso a CONTRATADA seja optante pelo “SIMPLES” (Lei nº 9.317/96), será obrigada a informar no corpo da nota fiscal e apresentar declaração, na forma do Anexo IV da Instrução Normativa SRF nº 1.234, de 11/01/2012 , em duas vias, assinadas pelo seu representante legal.
	3. O pagamento será feito por meio de depósito na conta-corrente da CONTRATADA, através de Ordem Bancária, mediante apresentação da respectiva Nota Fiscal/Fatura do fornecimento.
		1. Para execução do pagamento de que trata a presente Cláusula, a CONTRATADA deverá fazer constar como beneficiário/cliente, da Nota Fiscal/Fatura correspondente, emitida sem rasuras, em letra legível, o CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO, CNPJ nº 11.439.520/0001-11, o número da Nota de Empenho, os números do Banco, da Agência e da Conta-Corrente da CONTRATADA, a descrição clara e sucinta do objeto e, ainda:

a) a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação (se houver), que será emitido em nome do CONTRATANTE;

b) os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

* + 1. As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação: “Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de 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.”
	1. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

a) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o caput e a alínea "b" do item 16.3.1;

b) intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação de todos os documentos de cobrança de que tratam o subitem 16.3.1;

c) bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação de todos os documentos de cobrança de que tratam o subitem 16.3.1;

* 1. Sobre o valor da nota fiscal, a CONTRATANTE fará as retenções devidas ao INSS e as dos impostos e contribuições previstas na Instrução Normativa SRF nº 1.234, de 11/01/2012.
	2. A CONTRATADA deverá, ainda, junto à Nota Fiscal/Fatura, apresentar os documentos comprobatórios de regularidade fiscal e trabalhista, exigidos no Termo de Referência.
	3. A apresentação de certidões atrasadas ou irregulares com a nota fiscal ensejará anotação do fiscal no registro próprio e criará pendência a ser sanada pela Contratada.
	4. Constatando-se, junto aos órgãos competentes, a situação de irregularidade da CONTRATADA, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado, por igual período, a critério do CONTRATANTE.
	5. Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA, enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência contratual, sem que isso gere direito a acréscimos de qualquer natureza.
	6. Qualquer atraso acarretado por parte da CONTRATADA na apresentação da fatura ou nota fiscal, ou dos documentos exigidos como condição para pagamento, importará na interrupção da contagem do prazo de vencimento do pagamento, iniciando novo prazo após a regularização da situação.
1. **SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**
	1. Pela inexecução total ou parcial dos serviços e dos produtos previstos no Contrato, pela execução deles em desacordo com o estabelecido neste instrumento, ou pelo descumprimento das obrigações contratuais, com fulcro nos artigos 86 e 87 da Lei nº 8.666/1993, o CONTRATANTE poderá, garantida a defesa prévia e o contraditório, aplicar à CONTRATADA as seguintes penalidades, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:
		1. Advertência por faltas leves, assim entendidas aquelas que não acarretem prejuízos significativos para o CONTRATANTE;
		2. Multa moratória por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, a ser recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, a contar da comunicação oficial, na seguinte hipótese:
			1. 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia de atraso injustificado das obrigações estabelecidas no Contrato, até o máximo de 10% (dez por cento) sobre o valor da parcela inadimplida
		3. Multa compensatória de 5% (cinco por cento) sobre a parcela inadimplida ou sobre o valor da fatura correspondente ao período que tenha ocorrido a falta, em caso de inexecução parcial e 10% (dez por cento) no caso de inexecução total do objeto contratado sobre o valor total do Contrato.
		4. Suspensão de licitar e impedimento de contratar com o Conselho Nacional do Ministério Público, pelo prazo de até dois anos;
		5. Impedimento de licitar e contratar com a União com o consequente descredenciamento no SICAF pelo prazo de até cinco anos;
		6. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir o CONTRATANTE pelos prejuízos causados;
	2. Também ficam sujeitas às penalidades do art. 87, III e IV da Lei nº 8.666, de 1993, as empresas e os profissionais que:
		1. Tenham sofrido condenação definitiva por praticar, por meio dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
		2. Tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;
		3. Demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.
	3. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993, e subsidiariamente a Lei nº 9.784, de 1999.
	4. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.
	5. As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF.
	6. No caso de não-recolhimento do valor da multa, dentro de 5 (cinco) dias úteis a contar da data da intimação para o pagamento, a importância será descontada da garantia prestada ou dos pagamentos a que fizer jus a CONTRATADA ou ajuizada a dívida, consoante o § 3º do art. 86 e § 1º do art. 87 da Lei n.º 8.666/93, acrescida de juros moratórios de 1,0% (um por cento) ao mês.
	7. Os atos administrativos de aplicação das sanções previstas nos incisos III e IV, do art. 87, da Lei n.º 8.666/93 e a constantes do art. 7º da Lei nº 10.520/02, bem como a rescisão contratual, serão publicados resumidamente no Diário Oficial da União.
	8. Da aplicação das penas definidas no caput e no § 1º do art. 87, da Lei n.º 8.666/93, exceto para aquela definida no inciso IV, caberá recurso no prazo de 05(cinco) dias úteis da data de intimação do ato.
	9. No caso de declaração de inidoneidade, prevista no inciso IV, do art. 87, da Lei n.º 8.666/93, caberá pedido de reconsideração ao Exmo. Sr. Presidente do Conselho Nacional do Ministério Público, no prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data de intimação do ato, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.
	10. Na comunicação da aplicação da penalidade de que trata o item anterior, serão informados o nome e a lotação da autoridade que aplicou a sanção, bem como daquela competente para decidir sobre o recurso.
	11. O recurso e o pedido de reconsideração deverão ser entregues, mediante recibo, no setor de protocolo do CONTRATANTE, localizado no edifício Adail Belmonte, situado no Setor de Administração Federal Sul, Quadra 03 Lote 02, Brasília/DF, nos dias úteis, das 13h às 17h.
	12. As penalidades previstas neste Termo de Referência são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou, no caso de multa, cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, garantida prévia defesa (art. 87, § 2º da Lei 8.666/93).
2. TABELA DE PENALIDADES
	1. Considerações iniciais
		1. A advertência não é pressuposto para aplicação das outras penalidades, se as circunstâncias exigirem punição mais rigorosa. Ela será aplicada de maneira preventiva e pedagógica nas infrações de menor ofensividade e leves (Níveis 01 e 02), conforme constam nas tabelas abaixo. Essas infrações possuem as seguintes características:

a) não causam prejuízo à Administração;

b) a CONTRATADA após a notificação, diligencia para resolver o problema, fornecer o produto ou executar o serviço e

c) nas hipóteses que há elementos que sugerem que a CONTRATADA corrigirá seu procedimento.

* + 1. A suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o CNMP poderá ser aplicada nas hipóteses previstas no Art. 88 da Lei nº 8.666/93 e também nas seguintes:

a)Descumprimento reiterado de obrigações fiscais e

b)Cometimento de infrações graves, muito graves e gravíssimas, considerando os prejuízos causados à CONTRATANTE e as circunstâncias no caso concreto.

* + 1. Por fim, A CONTRATADA será punida com o impedimento de licitar e contratar com a União e ser descredenciada no SICAF, sem prejuízo das multas previstas neste termo e demais cominações legais, nos seguintes casos: apresentação de documentação falsa, retardamento, falha e fraude na execução do contrato, comportamento inidôneo e fraude fiscal.
		2. Na ocorrência de infrações contratuais não especificadas na tabela 3, o fiscal/gestor do contrato utilizará como critérios o prejuízo causado ao contratante e a diligência da contratada para solucionar o problema ao enquadrá-lo em um dos níveis de criticidade especificados na tabela 2.
	1. A multa poderá ser acumulada com quaisquer outras sanções e será aplicada na seguinte forma:

**Tabela 1: Percentual máximo para as infrações previstas na Lei 10.520/2002**

|  |  |
| --- | --- |
| **INFRAÇÃO** | **MULTA (% sobre o valor global do contrato)** |
| 1) apresentação de documentação falsa2) fraude na execução contratual3) comportamento inidôneo4) fraude fiscal5) inexecução total do contrato |  Até 15% (quinze por cento) |
| 6) inexecução parcial7) descumprimento de obrigação contratual | Até 5% (cinco por cento) |

* 1. Além dessas, serão aplicadas multas, conforme as infrações cometidas e o nível de gravidade respectivo, indicados nas tabelas a seguir:

**Tabela 2: Classificação das infrações e multas**

|  |  |
| --- | --- |
| **NÍVEL** | **CORRESPONDÊNCIA** |
| 1 (menor ofensividade) | Advertência por ocorrência |
| 2 (leve) | 0,25% do valor global do contrato. |
| 3 (médio) | 0,5% do valor global do contrato. |
| 4 (grave) | 1,5% do valor global do contrato. |
| 5 (muito grave) | 2% do valor global do contrato. |
| 6 (gravíssimo) | 2,5% do valor global do contrato. |

* 1. Todas as ocorrências contratuais serão registradas pelo CONTRANTE, que notificará a CONTRATADA dos registros. Serão atribuídos níveis para as ocorrências, conforme tabela abaixo:

**Tabela 3: Infrações e correspondentes níveis**

|  |
| --- |
| **INFRAÇÃO** |
| **ITEM** | **DESCRIÇÃO** | **NÍVEL** |
| 1 | Transferir a outrem, no todo ou em parte, o objeto do contrato sem prévia e expresso acordo do CONTRATANTE. | 6 |
| 2 | Caucionar ou utilizar o contrato para quaisquer operações financeiras. | 6 |
| 3 | Reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que tenha tomado ciência em razão da execução dos serviços sem o consentimento prévio e por escrito do CONTRATANTE | 5 |
| 4 | Utilizar o nome do CONTRATANTE, ou sua qualidade de CONTRATADA, em quaisquer atividades de divulgação empresarial, como, por exemplo, em cartões de visita, anúncios e impressos. | 4 |
| 6 | Deixar de relacionar-se com o CONTRATANTE, exclusivamente, por meio do fiscal do contrato | 2 |
| 7 | Deixar de sujeitar-se à fiscalização do CONTRATANTE, que inclui o atendimento às orientações do fiscal do contrato e a prestação dos esclarecimentos formulados. | 3 |
| 8 | Deixar de responsabilizar-se pelos produtos e serviços prestados na execução do objeto da contratação, assim como substituir imediatamente qualquer material que não atenda aos critérios especificados neste termo. | 6 |
| 9 | Deixar de zelar pelas instalações do CONTRATANTE | 3 |
| 10 | Deixar de responsabilizar-se por quaisquer acidentes de trabalho sofridos pelos seus empregados quando em serviço. | 6 |
| 11 | Deixar de responsabilizar-se pelos encargos trabalhista, fiscal e comercial, pelos seguros de acidente e quaisquer outros encargos resultantes da prestação do serviço. | 6 |
| 12 | Deixar de observar rigorosamente as normas regulamentadoras de segurança do trabalho. | 5 |
| 13 | Deixar de manter nas dependências do CONTRATANTE, os funcionários identificados e uniformizados de maneira condizente com o serviço, observando ainda as normas internas e de segurança. | 2 |
| 14 | Deixar de manter, durante todo o período de vigência contratual, todas as condições de habilitação e qualificação que permitiram sua contratação | 6 |
| 15 | Deixar de disponibilizar e manter atualizados conta de e-mail, endereço e telefones comerciais para fins de comunicação formal entre as partes. | 1 |
| 16 | Deixar de responsabilizar-se pela idoneidade e pelo comportamento de seus prestadores de serviço e por quaisquer prejuízos que sejam causados à CONTRATANTE e a terceiros. | 6 |
| 17 | Deixar de encaminhar documentos fiscais e todas documentações determinadas pelo fiscal do contrato para efeitos de atestar os serviços e comprovar regularizações. | 4 |
| 18 | Deixar de assumir todas as responsabilidades e tomar as medidas necessárias para o atendimento dos prestadores de serviço acidentados ou com mal súbito. | 5 |
| 19 | Deixar de relatar à CONTRATANTE toda e quaisquer irregularidades ocorridas, que impeça, altere ou retarde a execução do contrato, efetuando o registro da ocorrência com todos os dados e circunstâncias necessárias a seu esclarecimento. | 5 |
| 20 | Não adotar providências em, no máximo, 02 (duas) horas, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE. | 4 |
| 21 | Suspender ou interromper, salvo motivo de força maior ou caso fortuito, a execução do objeto. | 5 |
| 22 | Recusar fornecimento determinado pela fiscalização sem motivo justificado. | 5 |
| 23 | Retirar das dependências do CNMP quaisquer equipamentos ou materiais de consumo sem autorização prévia. | 3 |
| 24 | Destruir ou danificar documentos por culpa ou dolo de seus agentes. | 5 |
| 25 | Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade. | 4 |
| 26 | Atraso de mais de 15 dias para centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. | 3 |
| 27 | Não 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. | 4 |
| 28 | Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência do CONTRATANTE. | 1 |
| 29 | Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato. | 4 |
| 30 | Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados ao CONTRATANTE | 3 |
| 31 | Não observar os prazos estabelecidos pelo CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato. | 3 |
| 32 | Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito do CONTRATANTE. | 4 |
| 33 | Não 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. | 1 |
| 34 | Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado do CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau. | 5 |
| 35 | Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia do CONTRATANTE. | 4 |
| 36 | Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, nos formatos informados no item 10.44 deste Termo de Referência. | 1 |
| 37 | Não prestar o devido esclarecimento ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA. | 4 |
| 38 | Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição. | 2 |

* 1. Em caso de registro de infração na qual a CONTRATADA apresente justificativa razoável e aceita pelo fiscal do contrato, o nível da infração poderá ser desconsiderado ou inserido em uma categoria de menor gravidade.
	2. A inexecução parcial ou total do contrato será configurada, entre outras hipóteses, na ocorrência de, pelo menos, uma das seguintes situações:

**Tabela 4: Qualificação da inexecução contratual**

|  |  |
| --- | --- |
|  **GRAU** | **QUANTIDADE DE INFRAÇÕES** |
| **Inexecução Parcial** | **Inexecução Total** |
| 1 | 5 | 6 ou mais |
| 2 | 4 | 5 ou mais |
| 3 | 3 | 4 ou mais |
| 4 | 2 | 3 ou mais |
| 5 | 1 | 2 ou mais |
| 6 | 1 | 2 ou mais |

1. **REAJUSTE**
	1. O contrato poderá ser reajustado, visando à adequação aos novos preços de mercado e à variação efetiva dos custos de produção, observado o interregno mínimo de 12 (doze) meses, a contar da data de apresentação da proposta ou do orçamento a que essa proposta se referir, ou da data do último reajuste, aplicando-se o IPCA ou, na insubsistência deste, por outro índice que vier a substituí-lo.
2. **GARANTIA CONTRATUAL**
	1. A CONTRATADA prestará garantia no prazo de 10 (dez) dias úteis contados da assinatura do contrato, correspondente ao percentual de 5% (cinco por cento) do valor total contratado, cabendo-lhe optar por uma das modalidades previstas no artigo 56, § 1º da Lei nº 8.666/1993.
		1. O descumprimento do prazo implicará na retenção automática do valor equivalente dos créditos que a CONTRATADA vier a fazer jus perante o CONTRATANTE, ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente.
		2. O CONTRATANTE fica autorizado a utilizar a garantia para corrigir imperfeições na execução do objeto deste Contrato, ou para reparar danos decorrentes das ações ou omissões da CONTRATADA ou, ainda, para satisfazer quaisquer obrigações, judiciais ou extrajudiciais, resultantes ou decorrentes de suas ações ou omissões.
		3. A autorização contida no parágrafo anterior é extensiva aos casos de multas aplicadas nos termos deste Contrato, garantidos a ampla defesa e o contraditório e, ainda, às obrigações trabalhistas, previdenciárias e fundiárias inadimplidas.
		4. O prazo para que o CONTRATANTE cientifique a instituição garantidora do fato justificador da execução da garantia deverá ser igual ou superior a 30 (trinta) dias, contados a partir da consumação do fato.
		5. A garantia prestada deverá vigorar por mais 3 (três) meses após o término da vigência contratual.
		6. A garantia deverá ser integralizada no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento de notificação, sempre que dela forem deduzidos quaisquer valores ou quando houver redimensionamento no valor contratual.
		7. A garantia oferecida na modalidade fiança bancária, deverá:

a) Ser concedida nos termos e condições autorizadas pelo Banco Central do Brasil;

b) Ser concedida pelo valor integral exigido para a fiança;

c) Conter renúncia expressa ao benefício de ordem;

d) Estabelecer prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas para cumprimento;

e) Ser irretratável, salvo no caso de substituição por outra modalidade de fiança, nos termos do art. 56 da Lei 8.666/1993, previamente aprovado pelo CONTRATANTE.

* + 1. A garantia oferecida na modalidade títulos da dívida pública, estes deverão ter valor de mercado compatível com o valor a ser garantido, preferencialmente em consonância com as espécies recomendadas pelo Governo Federal, como aquelas previstas no art. 2º, da Lei 10179/2001.
		2. A garantia oferecida na modalidade caução em dinheiro deverá ser depositada junto à Caixa Econômica Federal, nominal ao Conselho Nacional do Ministério Público, para os fins específicos a que se destina, sendo o recibo de depósito o único meio hábil de comprovação desta exigência.
		3. A garantia oferecida na modalidade de seguro-garantia deve mencionar na apólice, expressamente, a cobertura de eventuais demandas trabalhistas e previdenciárias nas quais o CONTRATANTE responda solidariamente ou subsidiariamente com a CONTRATADA.
1. **HABILITAÇÃO**
	1. 1 O CONTRATANTE deverá apresentar atestado(s) de capacidade técnica emitido(s) por instituição pública ou privada que comprove ter prestado ou estar prestando satisfatoriamente o serviço de planejamento, criação, produção, divulgação e avaliação de pelo menos uma campanha publicitária nacional.
	2. Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a CONTRATADA prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 4.1 deste Termo de referência;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (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; e

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.

**ANEXO A DO TERMO DE REFERÊNCIA**

**BRIEFING**

***Campanha Publicitária pela Equidade de Gênero nas Instituições***

**Situação Geral**

**1. Informações gerais sobre o Conselho Nacional do Ministério Público.**

Missão do CNMP

Fortalecer, fiscalizar e aprimorar o Ministério Público, zelando pela unidade e pela autonomia funcional e administrativa, para uma atuação sustentável e socialmente efetiva.

Visão do CNMP

Ser o órgão de integração e desenvolvimento do Ministério Público brasileiro.

Valores

Ética, Cidadania, Efetividade, Transparência, Sustentabilidade

Histórico

A Constituição de 1988 reservou especial atenção ao Ministério Público, com um papel de vigilância em defesa da democracia e dos direitos fundamentais. Esse papel exige uma prestação de contas clara e transparente ao titular de todo poder democrático neste país - o cidadão.

Em 2004, com esse norte, foi criado o CNMP, o órgão de controle externo do Ministério Público. A instituição tem a atribuição de controlar, unir e coordenar os esforços do Minisérios Público da União e dos Estados. Democrático, o Conselho é composto por quatorze representantes de diversas instituições, com visão nacional do Ministério Público e capacidade de articulação frente à autonomia constitucional de cada parte do Ministério Público.

Desde a criação, o Conselho Nacional do Ministério Público vem trabalhando em parceria com os diversos ramos do Ministério Público da União e dos Estados, em busca de resultados cada vez melhores e mais claros à sociedade.

Compõem o CNMP o procurador-geral da República, que o preside, quatro membros do Ministério Público da União, três membros do Ministério Público dos Estados, dois juízes (um indicado pelo STF, outro indicado pelo STJ), dois advogados (indicados pelo Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil) e dois cidadãos de notável saber jurídico e reputação ilibada (indicados um pela Câmara dos Deputados e outro pelo Senado Federal). O Conselho também conta com corpo administrativo formado por servidores, estagiários e prestadores de serviço.

Com sede em Brasília e atuação nacional, o CNMP fiscaliza a atuação administrativa e financeira do Ministério Públicos e atua na esfera disciplinar, mas também zela pela autonomia funcional e administrativa do Ministério Público e pela valorização da instituição. Controla, mas respeita a autonomia das unidades. Trabalha como órgão externo de controle e como órgão de articulação de esforços, em busca de um Ministério Público mais eficaz, transparente, integrado e atuante.

A logomarca da instituição representa a junção de esforços, com o objetivo de reforçar o ponto de convergência entre as diversas unidades do Ministério Público.

Entre as competências do CNMP, conforme artigo 130-A, §2º, da Constituição Federal, estão:

- zelar pela autonomia funcional e administrativa do Ministério Público, podendo expedir atos regulamentares, no âmbito de sua competência, ou recomendar providências;

- zelar pela observância do art. 37 da Constituição Federal e apreciar a legalidade dos atos administrativos praticados por membros ou órgãos do Ministério Público da União e dos Estados;

- receber reclamações contra membros ou órgãos do Ministério Público da União ou dos Estados, inclusive contra seus serviços auxiliares, sem prejuízo da competência disciplinar e correicional da instituição, podendo avocar processos disciplinares em curso, determinar a remoção, a disponibilidade ou a aposentadoria com subsídios ou proventos proporcionais ao tempo de serviço e aplicar outras sanções administrativas, assegurada ampla defesa;

- rever os processos disciplinares de membros do Ministério Público da União ou dos Estados julgados há menos de um ano;

- elaborar relatório anual, propondo as providências que julgar necessárias sobre a situação do Ministério Público no País e as atividades do Conselho.

Qualquer cidadão ou entidade pode se dirigir ao Conselho Nacional do Ministério Público para fazer reclamações contra membros ou órgãos do Ministério Público, inclusive contra seus serviços auxiliares.

O site do CNMP (www.cnmp.mp.br) traz mais informações sobre a instituição. Também está presente em canais de mídias sociais, entre eles: Facebook (@cnmpoficial); Instagram (@cnmpoficial); Youtube (conselhodomp); e Twitter (@cnmp\_oficial).

**2. Informações gerais sobre o Ministério Público**

O Ministério Público, conhecido pela sigla MP, é uma instituição permanente, essencial à função jurisdicional do Estado, incumbindo-lhe a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis (art.127, CF/88).

Historicamente, no Brasil, o Ministério Público foi ligado à defesa concomitante da União e da ordem jurídica. Após a Constituição de 1988, entretanto, teve sua atuação revista e ampliada, passando a defender a ordem jurídica, o regime democrático, os interesses sociais e os direitos individuais indisponíveis. A defesa dos interesses da União é exercida exclusivamente pela Advocacia- Geral da União.

A Constituição de 1988 concedeu ao Ministério Público, entre outros aspectos, alguns muito específicos para a definição da sua identidade atual. A independência funcional de seus membros, a autonomia financeira, administrativa e orçamentária, a exclusividade para promover ações penais públicas, o controle externo da atividade policial, a defesa dos interesses individuais indisponíveis e de direitos específicos como das comunidades indígenas, do patrimônio público e social, do meio ambiente, dos interesses difusos e coletivos, são alguns exemplos.

O Ministério Público brasileiro é composto pelo:

a) Ministério Público da União (subdividido em Ministério Público do Trabalho, Ministério Público Militar, Ministério Público do Distrito Federal e Territórios e Ministério Público Federal)

b) Ministério Público dos Estados

Além de estar definido em seção própria na Constituição Federal, dentro das funções essenciais à Justiça (Capítulo IV, Seção I, art. 127 a 130-A), o Ministério Público também tem como normas fundamentais a Lei 8.625/1993 (Lei Orgânica Nacional do Ministério Público) e a Lei Complementar nº 75/1993 (Lei Orgânica do Ministério Público da União)

**Desafio de Comunicação**

O objetivo da campanha é estimular a reflexão acerca da desigualdade ainda existente entre homens e mulheres no mercado de trabalho, o que engloba: quantidade de mulheres economicamente ativas, a participação na política, em cargos de liderança, a desigualdade salarial, o assédio no ambiente de trabalho, entre outros aspectos que são entraves à igualdade de gênero no meio corporativo e político.

Por um lado, temos a criação de políticas públicas voltadas para a inclusão e permanência da mulher no mercado de trabalho, em cargos políticos, em posições de liderança. A luta pela igualdade de direitos entre homens e mulheres, pela não discriminação, pela equiparação salarial é antiga e, nos dias de hoje, toma corpo maior, principalmente por conta do acesso à informação e aos meios digitais.

Por outro lado, a cultura do machismo e a visão distorcida de que conceder direitos às mulheres é conceder privilégios ainda se fazem muito presentes na mentalidade dos brasileiros, o que representa um entrave à igualdade de gênero. A mudança de comportamento é lenta e gradual, o que coloca o país em uma posição desfavorável frente a outras nações. Dados de 2017 do Fórum Econômico Mundial mostram que o país caiu para a 90ª posição no Ranking que avalia a igualdade de gênero no mundo em 144 países. Em 2016, o Brasil ocupava a 79ª posição.

Isso tudo gera uma reflexão: falta legislação e incentivo à igualdade de gênero entre homens e mulheres? Ou o que falta é uma mudança de cultura e efetivo cumprimento dessas leis?

Segundo o relatório Global Gender Gap Report 2017, apesar de igualdade de condições nos indicadores de saúde e educação e de "modestas melhorias" em termos de paridade econômica, as mulheres brasileiras ainda enfrentam acentuada discrepância em representatividade política, o que empurra o índice do Brasil para baixo. Mais especificamente, as brasileiras sofrem com baixa participação em ministérios e no Legislativo, e salários mais baixos. Segundo o relatório, a renda média da mulher corresponde a 58% da recebida pelo homem – mesmo percentual registrado no ano passado. A média salarial em 2017 é estimada em US$ 11.132 (R$ 36.330) para mulheres e US$ 19.260 (R$ 62.860) para homens. (Dados do site G1 <https://g1.globo.com/economia/noticia/brasil-cai-para-a-90-posicao-em-ranking-de-igualdade-entre-homens-e-mulheres.ghtml> Acesso em: 25.01.2019)

Levantamento da ONU Mulheres mostra que o Brasil ocupa uma posição muito ruim em ranking latino-americano sobre paridade de gênero na política, com 33 países. O país está à frente somente de Belize (3,1%) e muito distante da primeira posição ocupada pela Bolívia, a qual detém 53,1% de mulheres no parlamento. Os dados também são de 2017. O Brasil também ocupa as últimas posições no ranking mundial de 172 países Mulheres na Política. Está posicionado em 154º lugar, considerando 10,7% de mulheres na Câmara e 14,8% no Senado.

Quando trazemos para a realidade do Ministério Público, a representatividade feminina também fica aquém do esperado. Um levantamento recente feito pela instituição intitulado "Cenários de Gênero" mostra que, desde a Constituição de 1988, houve 73 mandatos de mulheres como Procuradoras-Gerais versus 413 mandatos de homens, o que representa cerca de 15% de lideranças femininas e 85% de masculinas.

A intenção da campanha, no entanto, não é promover a igualdade de gênero apenas no âmbito do Ministério Público, ou do setor público. É levar o debate para diversos contextos em que mulheres ainda se sintam inferiorizadas em suas profissões, apenas por serem mulheres. É combater a visão de que equiparação é privilégio; é desmistificar a falsa percepção de que a ocupação por si só de mulheres no mercado de trabalho é medida suficiente de equidade de gênero; é fazer com que homens e mulheres exijam de seus empregadores o fiel cumprimento das leis existentes sobre o tema; é apresentar à sociedade que o preconceito ainda está muito arraigado em nossa cultura e precisa ser combatido para atingirmos a justiça social; é ressaltar a importância do tema e de se discuti-lo diariamente, até que esse cenário mude.

A ideia não é fazer um tratado jurídico sobre o tema nem esclarecer quais são as leis existentes sobre o assunto ou quais são os órgãos responsáveis pela garantia desse direito. O objetivo é sensibilizar a população de que a igualdade de gênero no ambiente corporativo é um direito fundamental e essencial e sobre a importância de promover esse direito e de lutar por eles (sejam homens ou mulheres, já que essa deve ser uma causa de todos). Igualdade de gênero não é uma questão de privilégio, e sim de justiça. Além disso, contribuir para a igualdade de gênero no mercado de trabalho é contribuir com o desenvolvimento do país como um todo.

O tema deve ser abordado em um tom de reflexão, sem agressividade, de não-conformismo com a desigualdade de gênero no meio corporativo e político, seja pela sociedade seja pelo poder público, seja pelas empresas. Há que se ter o cuidado e a atenção para tratar um tema tão importante no âmbito dos direitos humanos, para evitar julgamentos prévios e inconsequentes.

A campanha não pode incitar a rivalidade entre homens e mulheres, entre empregadores e trabalhadoras. A campanha também não deve conter viés político ou partidário, não deve incitar o ódio e não deve favorecer interpretações de cunho ideológico.

A ideia também não é apresentar culpados, mas sim focar na necessidade de mudança, de uma reprogramação de costumes, valores e da eliminação da cultura do machismo na nossa sociedade.

Informar a população e os setores público e privado sobre a importância da equidade de gênero em espaços políticos e corporativos é um desafio a ser trabalhado também em ações educativas, com geração de conteúdo. Conhecer os direitos e deveres atinentes à equidade de gênero é um exercício de construção da cidadania. Além da campanha de massa, seguindo a mesma identidade visual, deve ser elaborado um guia prático digital e interativo voltado para organizações a ser diagramado e disponibilizado gratuitamente para download em site específico da campanha. A ideia é que o guia ajude pessoas a identificarem situações de desigualdade no trabalho e também traga medidas concretas que as organizações podem tomar não somente para cumprir as leis, mas também promover um ambiente mais igualitário entre homens e mulheres. Ressalta-se que caberá ao licitante a proposta de projeto gráfico e de formato, o conteúdo será posteriormente criado pelo CNMP.

De forma complementar, deve-se pensar um conjunto de Podcasts curtos, de até 5 minutos cada, com relatos de mulheres de meios diversos (político, empresarial, artístico, setor público, 3º setor, etc) contando suas experiências, dificuldades e conquistas no mercado de trabalho. O objetivo é gerar identificação com o público e empoderar outras mulheres a buscarem seus direitos.

O material produzido para a licitação não será necessariamente aproveitado como material final da campanha. As propostas feitas na licitação tem o objetivo de demonstrar a capacidade criativa, estratégica e assertiva dos concorrentes, dentro dos critérios objetivos estabelecidos na legislação e no edital.

**Objetivos de Comunicação – geral e específicos**

Objetivos gerais da campanha

· Contribuir para a promoção da igualdade de gênero no mercado de trabalho e na política no Brasil.

· Sensibilizar a sociedade pelo fim do machismo, pelo conhecimento e reconhecimento de direitos das mulheres.

**Objetivos específicos da campanha**

· Diminuir a falta de empatia da sociedade frente ao número de casos de assédio e preconceito contra mulheres nas instituições, no meio acadêmico e político.

· Gerar a identificação das mulheres com as vítimas de machismo e discriminação no ambiente de trabalho para, assim, estimular comportamento de denúncia diante da violação dos direitos.

- Sensibilizar homens com a causa, tornando-os defensores da igualdade de gênero e disseminadores da mensagem junto aos amigos, família e colegas de trabalho.

· Informar, por meio de conteúdo prático e didático, sobre casos concretos de violações de direitos e como as organizações podem se adaptar para promoverem um ambiente igualitário de trabalho entre homens e mulheres, com igualdade de oportunidades.

· Buscar não apenas ressaltar o lado negativo, de descumprimento dos direitos, mas focar também nas soluções que instituições, governos e sociedade podem tomar para acabar com a desigualdade de gênero no Brasil.

**A campanha**

A mensagem da campanha deve ter o tom de sensibilização, de promoção do respeito e aumento das oportunidades às mulheres no trabalho e na política. Deve ressaltar que a discriminação existe e precisa ser combatido para darmos um grande passo para a igualdade entre homens e mulheres. Deve ter linguagem simples e acessível. Deve ser criativa, sensível, respeitosa e eficaz.

O resultado esperado é que a campanha venha a contribuir para que haja uma diminuição real da desigualdade de gênero no país.

Palavras-chave: Igualdade. Respeito. Oportunidade. Gênero. Políticas afirmativas. Trabalho. Equidade. Não discriminação. Cidadania. Conquistas. Direitos Humanos. Empoderamento.

**Execução**

A campanha deverá prever, pelo menos, as seguintes ações de divulgação, respeitando o valor máximo de até 10 peças, conforme descrito nos itens 12.3.3.3 e 12.3.3.4 do Termo de referência.

- Elaboração de layout para hotsite;

- Criação e produção de spot (30 ou 60’’)

- Criação de pílulas para veiculação em mídias sociais

- Produção de peças para mídia externa e mobiliário urbano

- Criação de podcasts de até 5 minutos cada contendo relatos de mulheres de meios diversos (político, empresarial, artístico, setor público, 3º setor, etc) contando suas experiências, dificuldades e conquistas no mercado de trabalho

- Criação de projeto gráfico para um guia prático digital e interativo para organizações para promoção da igualdade de gênero no trabalho

A impressão do material gráfico proposto, a criação dos roteiros e produção dos Podcasts, assim como a criação do roteiro e produção do material radiofônico devem estar incluídas no valor da licitação.

Não estão incluídos no orçamento a veiculação em, nem a veiculação em mobiliário urbano ou em qualquer outro meio de comunicação que for proposto. Como trata-se de campanha de utilidade pública, o CNMP buscaria parcerias para veiculações gratuitas. Contudo, a agência deve sugerir plano de mídia e não mídia para que possa ser, eventualmente, viabilizado pelo CNMP de forma autônoma. A agência pode ser solicitada para prestar consultoria durante o processo de viabilização do plano de mídia sugerido.

**Público-Alvo**

Os serviços licitados têm os seguintes públicos-alvo:

· Na campanha de massa, o cidadão comum, de 18 a 55 anos, de ambos os sexos, classes B, C, D (classificação do IBGE), de escolaridade fundamental, média e superior.

· Na parte socioeducativa de conteúdo, empresários de empresas de médio e grande porte, os dirigentes de instituições, executivos.

· Na parte virtual, o cidadão de ensino médio e superior, de ambos os sexos, 18 a 45 anos, classes B e C.

**Praça**

A campanha deverá ter abrangência nacional.

**Período**

A previsão de distribuição e/ou veiculação desta campanha é de 8 março a 8 de abril de 2020, por conta do Dia Internacional da Mulher. Entretanto, a veiculação dos produtos de mídia ou não-mídia pode ser disposta conforme sugestão da agência no plano de mídia e não-mídia, a serem seguidos ou ajustados no decorrer do contrato em reuniões com o CNMP.

**Verba Referencial para Investimento nesta campanha**

R$ 200.000,00 (cem mil reais)

**Recursos próprios de Comunicação**

Para a campanha os recursos de comunicação do CNMP poderão ser utilizados tais como site de internet e intranet, canais de mídias sociais do próprio órgão e, eventualmente, do Ministério Público, entre outros veículos.

Outros órgãos públicos com quem o CNMP mantém relações podem, em forma de parceria, disponibilizar os seus recursos de comunicação, para a disseminação da campanha.

**Esforços anteriores de Comunicação**

Campanha Conte até 10 (2012): http://200.142.14.29/portal/todas-as-noticias/1689-conte-ate 10?highlight=WyJsYW5cdTAwZTdhbWVudG8iLCJjYW1wYW5oYSIsIidjYW1wYW5oYSIsImNvbnRlIiwiJ2NvbnRlIiwxMCwiMTAnLCIsIjEwJyIsIjEwJy4iLCJjYW1wYW5oYSBjb250ZSJd

Campanha João Cidadão – Seja grande como seus direitos: <http://200.142.14.29/portal/todas-as-noticias/7419-lancada-a-campanha-joao> cidadao?highlight=WyJsYW5cdTAwZTdhbWVudG8iLCJjYW1wYW5oYSIsIidjYW1wYW5oYSIsImpvXHUwMGUzbyIsImNpZGFkXHUwMGUzbyIsImNhbXBhbmhhIGpvXHUwMGUzbyIsImNhbXBhbmhhIGpvXHUwMGUzbyBjaWRhZFx1MDBlM28iLCJqb1x1MDBlM28gY2lkYWRcdTAwZTNvIl0=

Campanha #SãoSeusDireitos – A música que todos deveriam saber a letra: http://200.142.14.29/portal/todas-as-noticias/11785-cnmp-lanca-videoclipe-em-celebracao-aos-70-anos-da-declaracao-universal-dos-direitos-humanos?highlight=WyJrYXJvbCIsImNvbmthIiwia2Fyb2wgY29ua2EiXQ==

**ANEXO B DO TERMO DE REFERÊNCIA**

**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

À

Comissão Especial ou Permanente de Licitação

Referente à Concorrência nº XX / ano – Contratante

**1. Preços sujeitos a valoração**

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

*<se for o caso>*

a) desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta LICITANTE, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ..........% (.................................por cento*);<sindicato ao qual o LICITANTE está filiada>*

b) honorários, a serem cobrados do CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do 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 divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ..........% (.................................por cento);

c) honorários, a serem cobrados do CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta LICITANTE, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo: ..........% (.........................por cento);

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;(*complementar o texto, se for o caso, com*: exceto no tocante a pesquisas de pré-teste).

II - à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III - à reimpressão de peças publicitárias;

d) honorários, a serem cobrados do CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do LICITANTE, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, *(se for o caso)* cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ..........% (.................................por cento)

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 12.10.3 do Termo de referência.

**2. Outras declarações**

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos.

2.2 Estamos cientes de que o CONTRATANTE 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 com fornecedores de bens e de serviços especializados e veículos de divulgação, transferindo ao CONTRATANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do CONTRATANTE.

2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Termo de Referência da concorrência em questão.

\_\_\_/\_\_\_/2019

Local e data

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

nome completo do CONTRATANTE, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

**ANEXO C DO TERMO DE REFERÊNCIA**

**TERMO DE CONFIDENCIALIDADE**

A empresa\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,inscrita no CNPJ nº\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, por meio do seu Representante Legal, abaixo firmado, assume o compromisso de manter confidencialidade e sigilo sobre todas as informações e obrigações relacionadas a este termo de referência.

Por este termo de confidencialidade e sigilo compromete-se:

1. A não utilizar as informações confidenciais a que tiver acesso, para gerar benefício próprio exclusivo e/ou unilateral, presente ou futuro, ou para o uso de terceiros;

2. A não apropriar-se para si ou para outrem de material confidencial e/ou sigiloso;

3. A não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano e / ou prejuízo oriundo de uma eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.

4. Pelo não cumprimento do presente Termo de Confidencialidade e Sigilo, fica a abaixo assinada ciente de todas as sanções judiciais que poderão advir.

\_\_\_/\_\_\_/2019

Local e data

Assinatura

(Representante legal da empresa)

RG Nº/ CPF nº

**ANEXO D DO TERMO DE REFERÊNCIA**

**DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSES**

A CONTRATADA, inscrita no CNPJ sob o nº \_xx.\_/\_xxxx-x, por intermédio de seu representante legal, Sr...................., portador do CPF nº ........, em atendimento ao subitem XX do Edital de Licitação n.º \_\_/xxxx\_\_ e ao subitem XX do Contrato nº \_\_/\_\_\_\_, formalizado com a CONTRATANTE, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro que:

I – Não exerce ou não exercerá, direta ou indiretamente, atividade que implique na prestação de serviços ou relação de negócios com pessoa jurídica, durante a vigência do contrato, que tenha objetivos conflitantes com os interesses ou com as atividades finalísticas da CONTRATANTE; e

II – Não pratica ou não praticará ato que comprometa o interesse público, em benefício de pessoa física que tenha objetivos conflitante com as atividades finalísticas da CONTRATANTE, durante a execução contratual, seja na condição de cônjuge, companheiro ou parente, consanguíneo ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, dos sócios ou dirigentes da CONTRATADA.

\_\_\_/\_\_\_/2019

Local e data

Assinatura

(Representante legal da empresa)

# CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO

 **CONCORRÊNCIA Nº 01/2019**

**Processo nº 19.00.1500.0010668/2018-84**

**ANEXO II**

**MODELO DE PROCURAÇÃO**

**Outorgante**

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

**Outorgado**

O representante devidamente qualificado

**Objeto**

 Representar a outorgante na Concorrência nº XX/2013.

**Poderes**

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

..................-..,............de .............. de 2019.

EMPRESA

CARGO E NOME

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

**CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO**

**CONCORRÊNCIA Nº 01/2019**

**Processo nº 19.00.1500.0010668/2018-84**

**ANEXO III**

 **DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE**

**(RESOLUÇÕES CNMP nº 01/2005, 07/2006, 21/2007, 28/2008 e 37/2009)**

 (Nome/razão social) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, inscrito no CNPJ nº \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr. (a) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **DECLARO**, nos termos da Resolução **01/2005**, do Conselho Nacional do Ministério Público, para fins de contratação de prestação de serviços junto ao Conselho Nacional do Ministério Público - CNMP, que:

 ( ) os sócios desta empresa, bem como seus gerentes e diretores **não são** cônjuges, companheiros(as) ou parentes em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, de membros do Conselho Nacional do Ministério Público e membros do Ministério Púbico em atividade no Conselho Nacional do Ministério Público, ou de servidor (este quando ocupante de cargo de direção, chefia ou assessoramento) do Conselho Nacional do Ministério Público.

 ( ) os sócios desta empresa, bem como seus gerentes e diretores **são** cônjuges, companheiros(as) ou parentes em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, de membros do Conselho Nacional do Ministério Público e membros do Ministério Púbico em atividade no Conselho Nacional do Ministério público ou de servidor (este quando ocupante de cargo de direção, chefia ou assessoramento) do Conselho Nacional do Ministério Público.

 Nome do membro: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 Cargo: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 Órgão de Lotação: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 Grau de Parentesco: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 Por ser verdade, firmo a presente, sob as penas da lei.

Brasília, \_\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 2019.

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Assinatura Representante Legal da Empresa)

**CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO**

**SECRETARIA GERAL**

**ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E CERIMONIAL (ASCOM)**

**CONCORRÊNCIA Nº 01/2019**

**Processo nº 19.00.1500.0010668/2018-84**

**ANEXO IV**

**MINUTA DE CONTRATO**

###### CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLLICADE, QUE ENTRE SI CELEBRAM A UNIÃO, POR INTERMÉDIO DO CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO – CNMP E A PESSOA JURÍDICA \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. (PROCESSO Nº 19.00.1500.0010668/2018-84 – CONCORRÊNCIA Nº 01/2019)

A UNIÃO, por intermédio do **CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO**, CNPJ n.º 11.439.520/0001-11, situado no Setor de Administração Federal Sul - SAFS, quadra 02, lote 03, Edifício Adail Belmonte, Brasília/DF, representado neste ato por seu Ordenador de Despesas, Sr. **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**, brasileiro (a), servidor(a) público(a), RG \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ – SSP/DF, CPF: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ no uso da competência que lhe foi atribuída pela Portaria CNMP n.º \_\_\_ , de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_ de 201\_\_, ou, nas ausências e impedimentos desta, pelo(a) seu(ua) substituto(a), Sr(a). \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, brasileiro(a), servidor(a) público(a), RG: \_\_\_\_\_\_\_\_\_ – \_\_\_\_\_, CPF: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, conforme Portaria CNMP-PRESI nº \_\_, de \_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 201\_\_, ambos(as) residentes e domiciliados(as) nesta Capital, doravante denominado simplesmente **CONTRATANTE** e a pessoa jurídica **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**, CNPJ n.º \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, estabelecido(a) à \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, inscrito (a) no RG sob o nº \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, e no CPF sob o nº \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, residente e domiciliado(a) ao \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, e daqui por diante designada simplesmente **CONTRATADA**, tendo em vista o contido no Processo CNMP n.º \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, referente à CONCORRÊNCIA CNMP n.º 01/2019, considerando as disposições estabelecidas na Leis nº 12.232/2010, nº 8.666/1993, nº 4.620/1965 e, ainda, pelos Decretos nº 6.555/2008, nº 57.690/1966, nº 4.653/2002, nº 3.772/2001, e I.N SEGES/MPDG nº 03/2018, e demais normas pertinentes, têm entre si, justo e avençado, e celebram o presente Contrato pa prestação de serviços de publicidade, mediante as seguintes cláusulas e condições:

 **CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO**

O presente Contrato tem por objeto a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da CONTRATANTE aos veículos e demais meios de divulgação.

**Parágrafo único.** A prestação dos serviços obedecerá ao estipulado neste contrato, bem como, às obrigações assumidas nos documentos adiante enumerados constantes do Processo nº 19.00.1500.0010668/2018-84, e que independentemente de transcrição, fazem parte integrante e complementar deste contrato, no que não o contrariem:

a) Edital de Concorrência nº 01/2019;

b) Ata da Sessão Pública, datada de ...../..../...;

c) Proposta final firmada pela CONTRATADA em ...../......./........, contendo o valor global dos serviços a serem executados.

**CLÁUSULA SEGUNDA – DO REGIME DE EXECUÇÃO**

A forma de execução do presente Contrato será indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, conforme disposto na Lei n° 8.666/1993.

**CLÁUSULA TERCEIRA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

Constituem obrigações do CONTRATANTE, sem prejuízo das disposições específicas estabelecidas do Edital e ou do Termo de Referência:

1. Cumprir e fazer cumprir o disposto neste Contrato;
2. Relacionar-se com a CONTRATADA exclusivamente por meio de pessoa por ela indicada;
3. Assegurar o livre acesso dos empregados da CONTRATADA, quando devidamente identificados e uniformizados, aos locais em que devam executar suas tarefas;
4. Efetuar, com pontualidade, os pagamentos à CONTRATADA, após o cumprimento das formalidades legais;
5. Fornecer à CONTRATADA, todos os esclarecimentos necessários para execução dos serviços e demais informações que estes venham a solicitar para o desempenho dos serviços ora contratados.

**Parágrafo Primeiro** – O CONTRATANTE reserva para si o direito de aplicar sanções ou rescindir o contrato, no caso de inobservância pela CONTRATADA de quaisquer das cláusulas e condições estabelecidas neste Contrato.

**Parágrafo Segundo** – O CONTRATANTEefetuará a fiscalização e o acompanhamento da execução dos serviços por meiodo Gestor/Fiscal do Contrato, devendo este fazer anotações e registros de todas as ocorrências e determinar o que for necessário à regularização das falhas ou defeitos observados.

**CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

A CONTRATADA se obriga a cumprir fielmente o estipulado no presente instrumento, bem como as obrigações específicas estabelecidas do Edital e ou do Termo de Referência e, ainda, em especial:

1. Executar os serviços contratados em conformidade com o Termo de Referência – Anexo I do Edital, o qual fornece todas as orientações do CONTRATANTE;
2. Prestar todos os esclarecimentos que lhe forem solicitados pelo CONTRATANTE, atendendo prontamente a todas as reclamações;
3. Relacionar-se com o CONTRATANTE, exclusivamente, por meio do Gestor/Fiscal do Contrato;
4. Indicar, formalmente, preposto devidamente credenciado, visando a estabelecer contatos com o representante do CONTRATANTE durante a vigência do Contrato;
5. Cumprir todas as orientações do CONTRATANTE para o fiel desempenho das atividades especificadas e sujeitar-se a mais ampla e irrestrita fiscalização, prestando todos os esclarecimentos que lhe forem solicitados e atendendo às reclamações formuladas;
6. Responsabilizar-se pelas despesas com todos encargos e obrigações sociais, trabalhistas e fiscais de seus empregados, os quais não terão, em hipótese alguma, qualquer relação de emprego com o CONTRATANTE;
7. O atraso na apresentação, por parte da empresa, da fatura ou dos documentos exigidos como condição para pagamento importará em prorrogação automática do prazo em igual número de dias de vencimento da obrigação do CONTRATANTE;
8. Não transferir a outrem, no todo ou em parte, o objeto do Contrato, **sem prévia e expressa anuência do CONTRATANTE;**
9. Não caucionar ou utilizar o Contrato para qualquer operação financeira, sob pena de rescisão contratual;
10. Manter durante a vigência do Contrato todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;
11. Instalar, no prazo de 60 (sessenta) dias, a contar da assinatura deste Contrato, escritório localizado no Distrito Federal.
12. Disponibilizar uma conta *e-mail* para fins de comunicação entre as partes, e manter atualizados o endereço comercial e os números de telefone e de fax;
13. Comunicar, por escrito, eventual atraso ou paralisação dos serviços, apresentando razões justificadoras a serem apreciadas pelo CONTRATANTE;
14. Manter sigilo, sob pena de responsabilidade, sobre todo e qualquer assunto de interesse do CONTRATANTE ou de terceiros de que tomar conhecimento em razão da execução dos serviços, devendo orientar seus empregados nesse sentido;
15. Não reproduzir, divulgar ou utilizar em benefício próprio, ou de terceiros, quaisquer informações de que tenha tomado ciência em razão da execução dos serviços discriminados, sem o consentimento, prévio e por escrito, do CONTRATANTE;
16. Não utilizar o nome do CONTRATANTE, ou sua qualidade de CONTRATADA, em quaisquer atividades de divulgação empresarial, como, por exemplo, em cartões de visita, anúncios e impressos, sob pena de rescisão do presente Contrato;
17. Responsabilizar-se por todo e qualquer acidente do trabalho, dano ou prejuízo causado ao patrimônio do CONTRATANTE ou de terceiros, decorrente da execução do serviço contratado;
18. Apresentar os documentos fiscais de cobrança em conformidade com o estabelecido neste Contrato.
19. Independente de declaração expressa, cientificar-se e submeter-se, no que couber, ao disposto no CÓDIGO DE ÉTICA DO CNMP, estabelecido pela Portaria CNMP-PRESI Nº 44, de 9 de abril de 2018.

 **CLÁUSULA QUINTA – DO PRAZO DE VIGÊNCIA**

 O presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, por meio de Termo Aditivo, por iguais e sucessivos períodos, limitada sua duração a 60 (sessenta) meses.

**CLÁUSULA SEXTA – DO VALOR**

O valor global estimado do contrato será de R$ ......

**CLÁUSULA SÉTIMA – DO FATURAMNETO E DO PAGAMENTO**

O pagamento e o faturamento serão efetuadoS conforme o item 16 do Termo de Referência, Anexo I do Edital.

**Parágrafo primeiro**. Para execução do pagamento de que trata a presente Cláusula, a CONTRATADA deverá fazer constar como beneficiário/cliente, da Nota Fiscal/Fatura correspondente, emitida sem rasuras, o **CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO, CNPJ nº 11.439.520/0001-11,** e ainda, o número da Nota de Empenho, os números do Banco, da Agência e da conta-corrente da CONTRATADA e a descrição clara e sucinta do objeto.

**Parágrafo segundo**. Sobre o valor da Nota Fiscal, a CONTRATANTE fará as retenções devidas ao INSS e as dos impostos e contribuições previstas na **Instrução Normativa SRF nº 1.234, de 11/01/2012.**

**Parágrafo terceiro**. Caso a CONTRATADA seja optante pelo “SIMPLES” (Lei nº 9.317/96), não serão feitas as retenções de que trata a citada instrução normativa, ficando a CONTRATADA nesse caso obrigada a apresentar declaração, na forma do Anexo IV da mesma Instrução Normativa SRF nº 1.234, de 11/01/2012, em duas vias, assinadas pelo seu representante legal.

**Parágrafo quarto**. Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA, enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência contratual, sem que isso gere direito a acréscimos de qualquer natureza.

**Parágrafo quinto. Ao CONTRATANTE fica reservado o direito de não efetuar o pagamento se, no momento da aceitação, os serviços prestados, não estiverem em perfeitas condições e em conformidade com as especificações estipuladas.**

**Parágrafo sexto**. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionada a taxa de atualização financeira devida pelo Conselho Nacional do Ministério Público, conforme disposto no art. 36, § 4º, da Instrução Normativa/SLTI-MP n.º 02, de 30/04/2008, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

***EM = I x N x VP,*** sendo

***I = (TX/100)***, assim apurado: I = (6/100) I = 0,00016438

 ***365*** 365

Em que:

**I** = Índice de atualização financeira**;**

**TX** = Percentual da taxa de juros de mora anual = 6%;

**EM** = Encargos moratórios;

**N** = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

**VP** = Valor da parcela em atraso.

**Parágrafo sétimo**. Aplica-se a mesma regra disposta no parágrafo anterior, na hipótese de eventual pagamento antecipado, observado o disposto no art. 38 do Decreto nº 93.872/86.

 **CLÁUSULA OITAVA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

As despesas com a execução deste Contrato correrão, neste exercício, à conta de créditos orçamentários consignados no Orçamento Geral da União, Conselho Nacional do Ministério Público, na categoria econômica................................ e, para o exercício seguinte, créditos próprios de igual natureza.

Parágrafo único. Para cobertura da despesa foi emitida Nota de Empenho nº ......................, de ....../....../......, no valor de R$..............................., à conta da dotação orçamentária especificada nesta Cláusula.

**CLÁUSULA NONA – DO REAJUSTE**

 O contrato poderá ser reajustado, visando à adequação aos novos preços de mercado e à variação efetiva dos insumos e materiais aplicados na prestação dos serviços, observado o interregno mínimo de 12 (doze) meses, a contar da data de apresentação da proposta ou do orçamento a que essa proposta se referir, ou da data do último reajuste, aplicando-se o *IPCA/IBGE* ou, na insubsistência deste, por outro índice que vier a substituí-lo.

Parágrafo segundo. A contratada poderá exercer seu direito à repactuação dos preços até a data da prorrogação contratual subsequente.

Parágrafo terceiro. Caso a contratada não solicite a repactuação no prazo estipulado no Parágrafo anterior, ocorrerá a preclusão do direito de repactuar.

**CLÁUSULA DEZ - DA GARANTIA**

 A CONTRATADA prestará garantia no valor de R$ XX,XX (XXXX), no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados da data de recebimento do contrato devidamente assinado pelas partes, correspondente ao percentual de 5% (cinco por cento) do valor anual/global do Contrato, sob a forma de uma das modalidades admitidas pelo art. 56, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, devendo ser renovada anualmente, atualizada e complementada nos termos do § 2º do mesmo artigo.

  **Parágrafo Primeiro**. A garantia deverá ser prestada com vigência de 03 (três) meses após o término da vigência contratual.

  **Parágrafo Segundo**. O CONTRATANTE fica autorizada a utilizar a garantia para assegurar o pagamento de:

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

 b) prejuízos causados à CONTRATANTE, decorrentes de culpa ou dolo da CONTRATADA, ou de seu preposto, durante a execução do contrato;

 c) as multas punitivas aplicadas pela Administração à CONTRATADA;

 d) obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza, não honradas pela contratada.

  **Parágrafo Terceiro**. Na hipótese de seguro-garantia ou fiança bancária não serão aceitas garantias em cujos termos não constem expressamente os eventos indicados nas alíneas a a d do parágrafo segundo.

  **Parágrafo Quarto**. O número do contrato garantido ou assegurado deverá constar do instrumento de garantia ou seguro a serem apresentados pelo garantidor ou segurador.

  **Parágrafo Quinto**. A inobservância do prazo fixado para a apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de até 0,07% (sete centésimos por cento) do valor do contrato, por dia de atraso, até o limite de 2% (dois por cento).

  **Parágrafo Sexto**. A CONTRATADA se obriga a repor, no prazo de 10 (dez) dias úteis, o valor da garantia que vier a ser utilizado pela CONTRATANTE.

  **Parágrafo Sétimo**. O Conselho Nacional do Ministério Público não executará a garantia na ocorrência de uma ou mais das seguintes hipóteses:

 a) caso fortuito ou força maior;

 b) alteração, sem prévia anuência da seguradora ou do fiador, das obrigações contratuais;

 c) descumprimento das obrigações pela CONTRATADA decorrentes de atos ou fatos praticados pela Administração;

 d) atos ilícitos dolosos praticados por servidores da Administração.

  **Parágrafo Oitavo**. Cabe à própria administração apurar a isenção da responsabilidade prevista nas alíneas c e d do parágrafo oitavo.

  **Parágrafo Nono**. Não serão aceitas garantias que incluam outras isenções de responsabilidade que não as previstas no item 11 do Anexo I da Circular SUSEP nº 477/2013.

  **Parágrafo Décimo**. Ao término do Contrato, a garantia será restituída, automaticamente, ou por solicitação, somente após o integral cumprimento de todas as obrigações contratuais, inclusive recolhimento de multas, encargos previdenciários, trabalhistas, inclusive as verbas rescisórias, e satisfação de prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiros, na execução do objeto contratado.

  **Parágrafo Décimo Primeiro**. Caso a CONTRATADA não efetive o cumprimento das obrigações trabalhistas até o fim do segundo mês após o encerramento da vigência contratual ou da rescisão, a garantia será utilizada para o pagamento diretamente pela CONTRATANTE.

**CLÁUSULA ONZE – DOS ACRÉSCIMOS E SUPRESSÕES**

A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições do Contrato, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços e fornecimento de componentes objeto deste Contrato, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato, consoante o disposto no art.65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/1993.

**CLÁUSULA DOZE – DAS RESPONSABILIDADES**

A CONTRATADA responderá civil e criminalmente pelos prejuízos causados ao patrimônio da União em decorrência de ação ou omissão de seus empregados ou prepostos.

**Parágrafo primeiro**. A CONTRATADA responderá civilmente pelos furtos e roubos que porventura venham a ocorrer no interior das dependências do CONTRATANTE, nos casos em que ficar comprovado dolo ou culpa de seus prepostos ou empregados.

**Parágrafo segundo**. Na hipótese de verificação dos danos, a CONTRATADA ficará obrigada a promover a reposição do bem em condições idênticas ou o ressarcimento a preços atualizados, dentro de 30 (trinta) dias, contados a partir da comprovação de sua responsabilidade.

**Parágrafo terceiro**. Caso a CONTRATADA não promova a reposição do bem nos termos do Parágrafo segundo desta Cláusula, dentro do prazo estipulado, o CONTRATANTE reserva-se o direito de descontar o valor do ressarcimento da garantia de execução ou da fatura do mês.

**CLÁUSULA TREZE – DO RECURSO**

 É admissível recurso dos atos do CONTRATANTE, decorrentes da execução deste Contrato, no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da data da respectiva ciência, conforme art. 109, da Lei nº 8.666/93.

**CLÁUSULA QUATORZE – DAS PENALIDADES E RECURSOS**

A CONTRATADA ficará sujeita às penalidades previstas na Lei nº 8.666/93 em caso de descumprimento de quaisquer das cláusulas ou condições do presente Contrato.

**Parágrafo primeiro**. Conforme o disposto no art. 81 da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, a recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se às penalidades legalmente estabelecidas, sem prejuízo de multa de até 10% (dez por cento) do valor da contratação e demais cominações legais.

**Parágrafo segundo**. Uma vez iniciada a execução dos serviços contratados, a sua prestação de forma incompleta ou em desconformidade com as condições avençadas poderá acarretar, além do previsto nos parágrafos anteriores desta Cláusula, resguardados os procedimentos legais pertinentes:

 a) advertência;

 b) multa, a ser recolhida no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da comunicação oficial, nas hipóteses previstas nos itens 18 – Das Sanções Administrativas e 19 – Tabela de Penalidades, ambos do Termo de Referência - Anexo I do Edital.

 c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por até 02 (dois) anos;

 d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a licitante vencedora ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea anterior.

**Parágrafo terceiro**. No caso de não-recolhimento do valor da multa, dentro de 5 (cinco) dias úteis a contar da data da intimação para o pagamento, a importância será descontada da garantia prestada ou dos pagamentos a que fizer jus a CONTRATADA ou ajuizada a dívida, consoante o § 3º do art. 86 e § 1º do art. 87 da Lei n.º 8.666/93, acrescida de juros moratórios de 1,0% (um por cento) ao mês.

**Parágrafo quarto**. Os atos administrativos de aplicação das sanções previstas nos incisos III e IV, do art. 87, da Lei n.º 8.666/93 e a constantes do art. 7º da Lei nº 10.520/02, bem como a rescisão contratual, serão publicados resumidamente no Diário Oficial da União.

**Parágrafo quinto**. De acordo com o artigo 88, da Lei nº 8.666/93, serão aplicadas as sanções previstas nos incisos III e IV do artigo 87 da referida lei, à CONTRATADA ou aos profissionais que, em razão dos contratos regidos pela citada lei:

 a) tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraudes fiscais no recolhimento de quaisquer tributos;

b) tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

c) demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

**Parágrafo sexto**. Da aplicação das penas definidas no § 1º e no art. 87, da Lei n.º 8.666/93, exceto para aquela definida no inciso IV, caberá recurso no prazo de 05(cinco) dias úteis da data de intimação do ato.

**Parágrafo sétimo**. No caso de declaração de inidoneidade, prevista no inciso IV, do art. 87, da Lei n.º 8.666/93, caberá pedido de reconsideração ao Exmo. Sr. Presidente do Conselho Nacional do Ministério Público, no prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data de intimação do ato, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

**Parágrafo oitavo**. Na comunicação da aplicação da penalidade de que trata o item anterior, serão informados o nome e a lotação da autoridade que aplicou a sanção, bem como daquela competente para decidir sobre o recurso.

**Parágrafo nono**. O recurso e o pedido de reconsideração deverão ser entregues, mediante recibo, no setor de protocolo do CONTRATANTE, localizado no edifício Adail Belmonte, situado no Setor de Administração Federal Sul, Quadra 03 Lote 02, Brasília/DF, nos dias úteis, das 13h às 17h.

**Parágrafo dez**. As penalidades previstas neste Edital são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou, no caso de multa, cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, garantida prévia defesa (art. 87, § 2º da Lei 8.666/93).

**Parágrafo onze**. As multas aplicadas são deduzidas do valor do pagamento devido ao licitante vencedor, quando possível, ou cobradas por via de procedimento extrajudicial ou judicial, conforme o caso.

**CLÁUSULA QUINZE – DA RESCISÃO**

A inexecução total ou parcial do Contrato poderá ensejar a sua rescisão, conforme disposto nos artigos 77 a 80 da Lei nº 8.666/1993.

**Parágrafo primeiro**. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do procedimento, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

**Parágrafo segundo**. A rescisão do Contrato poderá ser:

 a) Determinada por ato unilateral e escrito do CONTRATANTE nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do artigo 78 da Lei n.º 8.666/93, mediante notificação através de ofício entregue diretamente ou por via postal, com prova de recebimento, sem prejuízo das penalidades previstas neste Contrato;

 b) Amigável, por acordo entre as partes, mediante a assinatura de termo aditivo ao contrato, desde que haja conveniência para o CONTRATANTE; e

 c) Judicial, nos termos da legislação.

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

**Parágrafo quarto**. De conformidade com o § 2º do artigo 79, da Lei nº 8.666/93, quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII do artigo 78 da mesma lei, sem que haja culpa da CONTRATADA, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo ainda direito a:

 a) Devolução de garantia, se houver;

 b) Pagamentos devidos pela execução do contrato até a data da rescisão;

 c) Pagamento do custo de desmobilização.

**Parágrafo quinto**. A rescisão poderá acarretar as seguintes consequências imediatas:

 a) Execução da garantia contratual para ressarcimento, ao CONTRATANTE, dos valores das multas aplicadas ou de quaisquer outras quantias ou indenizações a ela devidas;

 b) Retenção dos créditos decorrentes do Contrato, até o limite dos prejuízos causados ao CONTRATANTE.

**CLÁUSULA DEZESSEIS – REMUNERAÇÃO**

Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto No item 12.9 do Termo de Referência – Anexo I do Edital.

**CLÁUSULA DEZESSETE – DIREITOS AUTORAIS**

A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato, conforme condições estabelecidas no item 14 do Termo de Referência – Anexo I do Edital.

**CLÁUSULA DEZOITO – DA ALTERAÇÃO**

Este Contrato poderá, nos termos do art. 65 da Lei nº 8.666/93, ser alterado por meio de Termos Aditivos, objetivando promover os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários.

**Parágrafo único**. Nenhum acréscimo ou supressão poderá exceder o limite estabelecido no parágrafo primeiro do art. 65 da Lei nº 8.666/93, salvo as supressões resultantes de acordos celebrados entre os contratantes.

**CLÁUSULA DEZENOVE – DA PUBLICIDADE**

Incumbirá ao CONTRATANTE à sua conta e no prazo estipulado no art. 61, parágrafo único, a publicação do Extrato deste Contrato e dos Termos Aditivos no Diário Oficial da União.

**CLÁUSULA VINTE – DO FORO**

Fica eleito o foro da Justiça Federal da cidade de Brasília/DF para dirimir as dúvidas não solucionadas administrativamente, oriundas das obrigações aqui estabelecidas.

##### Brasília/DF, de  de 20\_\_\_.

|  |  |
| --- | --- |
| CONTRATANTE | CONTRATADA |

**CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO**

**CONCORRÊNCIA Nº 01/2019**

**Processo nº 0.00.19.1500.0010668/2018-84**

**ANEXO V**

**FORMULÁRIO DE RETIRADA DE INVÓLUCRO**

|  |
| --- |
| PESSOA JURÍDICA: |
| ENDEREÇO: |
| CNPJ DA EMPRESA: |
| TELEFONE(S): |
| FAX: |
| E-MAIL: |
| PESSOA DE CONTATO: CELULAR: |
| CONTATO EM BRASÍLIA (caso haja) NOME: |
| TELEFONE/FAX: |

**Obs: Preenchimento com letra de forma**

**Recebi, do Conselho Nacional do Ministério Público, envelope padronizado (Via Não Identificada), visando participar do certame acima especificado.**

**Brasília-DF, \_\_\_\_de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_de 2019.**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

# assinatura