

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019

RECIBO

Declaro (amos) para os devidos fins, que recebi (emos), em ____/____/2019, o Edital e Anexos da Licitação a ser realizada na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA, registrada sob o nº 001/2019, cujo objeto é a contratação de uma empresa especializada (**Agência**) - **na oferta de serviços de comunicação e publicidade**, de acordo com as condições e especificações constantes no respectivo e Edital e seus Anexos.

Por ser verdade, firmamos o presente para que surta seus efeitos legais.

Carimbo

_____, ____ de _____ de 2019.

(Nome e assinatura do representante legal)

PREENCHIMENTO OBRIGATÓRIO*

*dispensados somente os dados que já constarem no carimbo

NOME DA LICITANTE (por extenso): _____

CNPJ: _____

ENDEREÇO: _____

TEL/FAX: _____

E-MAIL (facultativo): _____

Obs.: Visando comunicação futura entre a Fundação UNIRG e essa empresa, solicitamos preencher este recibo de retirada de Edital e remeter à Comissão Permanente de Licitação por meio do e-mail: cpl@unirg.edu.br, ou na sede, na Sala da Comissão Permanente de Licitação da Fundação UNIRG, situada na Avenida Pará, quadra 20, lote 01, nº 2.432, Setor Engenheiro Waldir Lins II, CEP: 77.423-250, Gurupi/TO. A não remessa do Recibo exime-nos da comunicação de eventuais retificações ocorridas no Edital e quaisquer informações adicionais.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019

A FUNDAÇÃO UNIRG, por intermédio da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, designada pela Portaria nº 043/2017, torna público a quem possa interessar, que por determinação da Presidente da Fundação UNIRG, Sr. Thiago Lopes Benfica, e de conformidade com este Instrumento Convocatório e Processo Administrativo nº. 2019.02.051779, a participar do presente certame licitatório, a ser realizada na MODALIDADE **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada global **TIPO MELHOR TÉCNICA**, para seleção e contratação de uma empresa especializada (**Agência**) - **na oferta de serviços de comunicação e publicidade**, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e nº 4.563/02, da Lei nº 4.680 de 18/06/1965; do Decreto n.º 57.690 de 01/02/1966 e alterações posteriores; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP(Conselho Executivo das Normas-Padrão) e da Lei Complementar 123, de 14/12/2006, assim como as demais normas aplicáveis à área atinente ao objeto, e as disposições deste Edital e seus anexos.

AS CÓPIAS DOS EDITAIS PODERÃO SER RETIRADAS NO PORTAL www.unirg.edu.br/unitransparência/licitações/editais, SOLICITADAS ATRAVÉS DO E-MAIL cpl@unirg.edu.br OU PELO TELEFONE (63) 3612-7505.

1. DO RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

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

1.1.1 Dia: 30/05/2019.

1.1.2 Hora: 09h00min

1.1.3 Local: no Auditório, no Centro Administrativo da Fundação UNIRG, localizado na Avenida Pará, nº 2.432, 1º piso, 3º pavilhão, Setor Engenheiro Waldir Lins II, CEP: 77.423-250, Gurupi/TO.

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

1.3. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação.

1.4. Os invólucros com os documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação – CPL.

1.5. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário local.

1.6 Os serviços publicitários objeto da presente licitação apenas serão contratados junto a Agências de Propaganda que detenham o Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão – **CENP**.

2. OBJETO

2.1 A presente licitação destina-se à Contratar uma empresa especializada (Agência) - na oferta de serviços de comunicação e publicidade para atender a Fundação e Universidade de Gurupi - UnirG, conforme especificado no Anexo I deste edital.

a). Para avaliação da Proposta Técnica, a agência participante deverá produzir uma campanha hipotética do Vestibular 2019/2 da UnirG para os Cursos de Graduação (**alínea 3.8**) do Briefing, no orçamento de R\$ 130.000,00 (Cento e trinta mil reais).

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

- a) Capacidade técnica e operacional para executar atividades de planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação (web), serviços de panfletagem e distribuição de cartazes se necessário e intermediação de serviços de comunicação no geral;
- b) Planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- d) A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.3 A Agência atuará por ordem e conta da Fundação UNIRG, em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/65, na contratação de:

- a) Fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 2.2, alíneas “a”, “b” e “c”;
- b) Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

2.3.1 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 2.3.

3. DAS INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

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

3.1.1. Por carta ou ofício protocolizado na Comissão de Licitações, no Centro Administrativo da Fundação UNIRG, localizado na Avenida Pará, nº 2.432, 1º piso, 3º pavilhão, Setor Engenheiro Waldir Lins II, CEP: 77.423-250, Gurupi/TO

3.1.2. Pelo e-mail cpl@unirg.edu.br.

3.2. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação até 03 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

3.3. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, pelo sítio www.unirg.edu.br/unitransparência/licitações, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante.

3.4. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação

Publicitária (Invólucro nº 01), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

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

3.6. 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 previstos no item 1 deste Edital

4. DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

4.1 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital perante a Comissão Permanente de Licitação – CPL:

4.1.1. O cidadão que não se manifestar até 05 (cinco) dias antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços;

4.1.2. A licitante que não se manifestar até 02 (dois) dias antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

4.2. Considera-se licitante para efeito do subitem 4.1.2 a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

4.3. O pedido de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente, de 2ª a 6ª feira (dias úteis), das 08h às 12h ou das 14h às 18h, na Sala da Comissão Permanente de Licitação, no Centro Administrativo da Fundação UNIRG, localizado na Avenida Pará, quadra 20, lote 01, nº 2.432, 1º piso – 3º corredor- Setor Engenheiro Waldir Lins II, CEP: 77.423-250, Gurupi/TO.

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

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

4.7. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 03 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

4.8 Eventuais recursos referentes a presente licitação deverão ser interpostos no prazo máximo de **cinco dias úteis** a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Presidência por intermédio da **CPL**, no endereço mencionado no **item 4.3.**

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

4.10 Recebida(s) a(s) impugnação (ões), ou esgotado o prazo para tanto, a **CPL** poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de cinco dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído e respectiva(s) impugnação (ões) a autoridade superior, que decidirá em cinco dias úteis contados de seu recebimento.

4.11 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.

4.12 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a serem indicados pela **CPL**.

4.13 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a **CPL** motivadamente, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

5. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1 Poderão participar deste Certame, a AGÊNCIA que atender a todas as condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

5.2 Não poderão participar desta licitação a licitante:

a) Em processo de falência, de fusão, de cisão, de incorporação, de recuperação judicial ou extrajudicial, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação;

b) Declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, ou punidas com suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública Municipal enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação, nos moldes do art. 87, IV, da Lei 8.666/93, bem como aquelas relacionadas no art. 9º da Lei nº 8.666/93;

c) Reunidas em consórcio e seja controladora, coligada ou subsidiária entre si, ou ainda, qualquer que seja sua forma de constituição;

d) Que pertençam a servidor ou dirigente de órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação;

e) Empresa cujo estatuto ou contrato social não inclua o objeto compatível deste certame;

f) Sociedades integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum;

g) Estrangeiras que não funcionem no País.

5.2.1 Os impedimentos acaso existentes deverão ser declarados pela empresa proponente, sob pena de responsabilidades administrativa, civis e penais cabíveis, conforme legislação vigente.

5.2.2 Nenhuma licitante poderá participar deste certame sem estar certificada pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP.

5.3 A participação na presente licitação implica tacitamente, para a licitante, na confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o envelope n.º 1, e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência, a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e seus Anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

5.4 Somente poderá se manifestar nas sessões relacionadas ao presente Edital o representante legal de cada licitante, que, além do documento de identificação, deverá apresentar à Comissão Permanente de Licitação o instrumento do contrato de mandato, público ou particular, que comprove sua condição de representante da licitante.

5.5 Após o início da sessão pública de abertura dos envelopes contendo a documentação relativa à habilitação dos concorrentes, não será admitido que nenhuma outra empresa retardatária participe da presente licitação.

5.6 A sessão para recebimento dos documentos das proponentes será pública e realizada em conformidade com a legislação citada no preâmbulo deste Edital, suas cláusulas e anexos.

6. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

6.1 No ato de entrega dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, o representante da licitante apresentará à **CPL**, o documento que o credencia a participar da licitação, juntamente com seu documento de identidade de fé pública.

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

6.1.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório, do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

6.1.3. 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.

6.1.4 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

7. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

7.1 As Propostas Técnicas e de Preços deverão ser apresentadas à Comissão Permanente de Licitação em **envelopes distintos e separados**, todos fechados, os quais deverão ser identificados com as informações abaixo previstas.

7.1.1 A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos, a saber:

- a) Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**: envelope n.º 1, fornecido pela **CPL**;
- b) Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**: envelope n.º 2;
- c) Demais informações integrantes da Proposta Técnica: envelope n.º 3.

7.1.1.1 O envelope n.º 1, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária (**VIA NÃO IDENTIFICADA**) deverá conter: **Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia**. Não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do envelope n.º 2.

7.1.1.1.1 A **CPL** só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**, se estiver acondicionado no envelope n.º 1, fornecido obrigatoriamente, pela **CPL**.

7.1.1.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**, deverá ser redigido em língua portuguesa, exceto para expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- com espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- com numeração em todas as página, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único, com espiral preto colocado à esquerda;
- sem identificação da licitante.

7.1.1.1.2.1. As especificações do subitem **7.1.1.1.2** aplicam-se, no que couber, ao subquesto “Ideia Criativa”.

7.1.1.1.2.2. As tabelas, gráficos e planilhas do subquesto “Estratégia de Mídia e Não Mídia”, poderão ter fontes tipográficas habitualmente utilizadas nesses documentos.

7.1.1.1.3. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**, não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.

7.1.1.1.4. Os exemplos de peças que integram a “Ideia Criativa”, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do envelope n.º 1.

7.1.1.1.5. O envelope n.º 1, deverá ser retirado pelas licitantes na Sala da Comissão Permanente de Licitação instalada no Centro Administrativo da Fundação UNIRG, localizado na Avenida Pará, quadra 20, lote 01, nº 2.432, 2º piso, 4º corredor, Setor Engenheiro Waldir Lins II, CEP: 77.423-250, Gurupi/TO, das 8h às 12h e das 14h às 18h.

7.1.2 O Plano de Comunicação Publicitária Via **Identificada**, deverá ser apresentado no envelope n.º 2, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE Nº 2

PROPOSTA TÉCNICA: Plano de Comunicação Publicitária
VIA IDENTIFICADA:(Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia)
Razão Social da Licitante:
CNPJ/MF:
Concorrência Pública n.º 001/2019

7.1.2.1. O envelope n.º 2 será providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

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

7.1.3 Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, serão informados no envelope n.º 3, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA: (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação)

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

Concorrência Pública nº001/2019

- 7.1.3.1.** O envelope nº 3 será providenciado pela licitante, e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 7.1.3.2.** O envelope nº 3 e os documentos nele condicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada** e que permita a identificação da autoria da mesma, antes da abertura do envelope nº 2.

7.1.4.A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no envelope nº 4, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE Nº 4

PROPOSTA DE PREÇOS

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

Concorrência Pública nº 001/2019

- 7.1.4.1.** O envelope nº 4 será providenciado pela licitante e deverá ser inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 7.1.4.2.** A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel timbrado da licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras. A Proposta de Preços deverá ser datada e assinada no documento referido no subitem 12.3 deste Edital, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8. PROPOSTA TÉCNICA (Envelopes nº 1, 2 e 3)

8.1 A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos:

8.1.1. Plano de Comunicação Publicitária: a licitante apresentará Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no *Briefing* (**Anexo I** deste Edital), o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

8.1.1.1. Raciocínio Básico: sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária contidas no *Briefing*;

8.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em que a licitante:

- a) Apresentará e defenderá a temática e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema de comunicação específico;
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

8.1.1.3. Ideia Criativa: a licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

- a) Apresentará **relação** de **todas** as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na alínea a do subitem 8.1.1.3.1;
- b) Apresentará **exemplos** de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação;
- c) O roteiro, layout, story-board impresso e “monstro” de spot de rádio a que se refere o quesito **ideia criativa** estão limitados a uma peça para cada mídia de veiculação proposta pela agência.

8.1.1.3.1. Os exemplos de peças:

- a) Estão limitados a **dez**, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça;
- b) Podem ser apresentados sob forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de “monstro”, para rádio e internet;
- c) Só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;
- d) Apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que trata a alínea “a” do subitem 8.1.1.3.1.

8.1.1.4. Estratégia de Mídia e não Mídia – constituída de:

- a) Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função de verba referenciada no *Briefing* sob forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) Simulação de plano de distribuição de **todas** as peças e/ou material destinado à veiculação, exibição, exposição ou distribuição, sob forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas.

8.1.1.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia.

8.1.1.4.2. No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

8.1.1.4.3. Na simulação de que trata a alínea “b” do subitem 8.1.1.4:

- a) Os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;

- b) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65;
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

8.1.2. Capacidade de Atendimento: textos em que a licitante apresentará:

- a) Relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- d) A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridos pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) A discriminação das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Fundação e Universidade UnirG, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

8.1.3. Repertório: apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/distribuídos/exibidos /expostos pela licitante.

8.1.3.1. Poderão ser apresentadas até dez peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça.

8.1.3.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/distribuição/exibição/exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/exibiu/expôs.

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

8.1.3.4. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela UnirG.

8.1.3.5. As peças que constituem o **relatório** estão limitadas a três para cada uma das mídias de veiculação selecionadas pela licitante, como as mais representativas de suas características, observado o limite total fixado no subitem 8.1.3.1.

8.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados até dois cases, relatando, em no máximo duas páginas cada, soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação propostas pela licitante e implementadas por anunciantes.

8.1.4.1. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Fundação e Universidade UnirG;

8.1.4.2. É permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

- a.** O texto pertinente ao Plano de Campanha Publicitária está limitado a **oito páginas**, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente, apenas para separar os textos dos quesitos, a página com a relação prevista na alínea “a” do subitem 8.1.1.3, os roteiros das peças de que trata a alínea “b” do subitem 8.1.1.3 e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas “a” e “b” do subitem 8.1.1.4
- b.** A critério da Fundação e Universitário UnirG, a campanha publicitária da Proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

9 PROPOSTA DE PREÇOS (Envelope n.º 4)

9.1 A Proposta de Preços deverá ser apresentada de conformidade com o estabelecido no Anexo II.

10 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

10.1.1 As licitantes classificadas no julgamento final das Propostas que não apresentarem os Documentos de Habilitação na referida sessão serão excluídas do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 10.6.8

10.1.2: Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados no envelope n.º 5, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE N.º 5
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
Razão Social da Licitante:
CNPJ/MF:
Concorrência Pública n.º 001/2019

10.2 O envelope n.º 05 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.3. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

- a)** em original; ou
- b)** sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
- c)** em cópia autenticada por cartório competente; ou
- d)** em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela CPL, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

10.5. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da CPL.

10.6 O Envelope "Documentos de Habilitação" deverá conter os documentos a seguir relacionados os quais dizem respeito a:

10.6.1. Habilitação Jurídica

- a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social devidamente registrado, e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, no caso de sociedades por ações;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' 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;

- b) Inscrição do ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.
- c) Decreto de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
- d) Registro comercial, em caso de empresa individual.

10.6.2. Regularidade Fiscal

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (CNPJ);
- b) Certidão de regularidade de débito com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede da licitante, expedida pelo órgão competente;
- c) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, devidamente válida, emitida pela Caixa Econômica Federal, que comprove inexistência de débito perante o FGTS;
- d) Certidão negativa de Débitos Municipais, do domicílio ou sede da licitante;
- e) Certidão Negativa, ou Certidão Positiva com efeito de Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, conforme Portaria Conjunta PGFN/RFB nº 1.751, de 2 de outubro de 2014, ou outra equivalente na forma da Lei;
- f) **Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943 (Lei nº. 12.440 de 07 de julho de 2011).**

10.6.2.1. A licitante devidamente enquadrada como Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) em conformidade com a Lei Complementar nº 123/06 deverá apresentar os documentos relativos à regularidade fiscal, ainda que existam pendências.

10.6.2.1.1 Será concedido à licitante vencedora, enquadrada no caput deste item quando encerrada a fase de classificação das propostas, o prazo de 05

(cinco) dias úteis, para a regularização das pendências, prorrogáveis uma única vez, por igual período a critério da Comissão Geral de Licitação e, desde que solicitado, por escrito, pela LICITANTE.

10.6.2.1.2. A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem anterior implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no Art. 81, da Lei nº. 8.666/93, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

10.6.2.2 As certidões que não apresentarem prazo de validade, serão consideradas válidas pelo prazo de 60 (sessenta dias) contados da data da respectiva emissão.

10.6.3. Qualificação Técnica:

a) A apresentação de atestado (s) de desempenho anterior, obrigatoriamente pertinente e compatível com objeto da Concorrência, expedido por entidade pública ou privado, usuária do bem em questão. O atestado deverá conter os dados do responsável por sua emissão, tais como: nome completo, função exercida, telefone, RG e CPF.

a1) O documento mencionado neste item deverá ser assinado por servidor/funcionário com competência para atestar tal capacidade da licitante. E, no caso de Atestado ser emitido por entidade privada, deverá ser feito o reconhecimento de firma em Cartório.

b) Cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, artigo 4º, § 1º, obtido junto ao Conselho Executivo das Normas- Padrão (CENP).

10.6.4. Qualificação Econômico – Financeira

a) - Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, inclusive com TERMO DE ABERTURA E DE ENCERRAMENTO, registrado na Junta Comercial do Estado da sede da Licitante que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado a mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta.

10.6.4.1. Serão considerados, "na forma da lei", o Balanço Patrimonial (inclusive o de abertura) e demonstrações contábeis assim apresentados:

- Publicados em Diário Oficial; ou
- Publicados em Jornal; ou
- Por cópia ou fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante; ou
- Por cópia ou fotocópia do livro Diário, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou em outro órgão equivalente, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento.
- Nos termos do Sistema Público de Escrituração Digital

(Sped).

10.6.5. Caso a empresa seja constituída no corrente exercício, deverá ser apresentado o balanço de abertura;

10.6.6. Quando se tratar das empresas individuais ou das sociedades por cotas de responsabilidade limitada, a Administração se reservará o direito de exigir a apresentação do livro diário, onde o balanço fiscal foi transcrito, para efeito da extração dos parâmetros para o julgamento, e verificação dos valores apresentados e calculados pelas licitantes.

10.6.7. Apresentar declaração com seguintes índices demonstrativos, **devidamente calculados e assinados pelo contador da empresa** (nome e o número do registro no CRC), **e pelo responsável legal da licitante**, cujos elementos serão retirados do Balanço Patrimonial exigido pelo **subitem 10.6.4.a**;

10.6.7.1. Índice de Liquidez Corrente cujo valor apurado **não poderá ser igual ou inferior a 1 (um)**, obtida pela fórmula: **$ILC = AC / PC$**

10.6.7.2. Índice de Liquidez Geral cujo valor apurado **não poderá ser igual ou inferior a 1 (um)**, obtida pela fórmula: **$ILG = (AC+RPL) / (PC+ELP)$**

10.6.7.3. Índice de Solvência Geral cujo valor apurado **não poderá ser igual ou inferior a 1 (um)**, obtida pela fórmula: **$ISG = AT / (PC+ELP)$** .

10.6.7.4. Os elementos contábeis contidos nas fórmulas dos subitens 10.6.7.1 a 10.6.7.3 são os a seguir identificados:

- a) **ILC** = Índice de Liquidez Corrente;
- b) **ILG** = Índice de Liquidez Geral;
- c) **ISG** = Índice de Solvência Geral;
- d) **AC** = Ativo Circulante;
- e) **RPL** = Realizável em Longo Prazo;
- f) **AT** = Ativo Total;
- g) **PC** = Passivo Circulante;
- h) **ELP** = Exigível em Longo Prazo.

10.6.7.5. Os índices contábeis previstos **nos itens 10.6.7.1, 10.6.7.2 e 10.6.7.3** são aqueles usualmente praticados, conforme estabelece o §5º, do art. 31 da Lei nº 8.666/93, provenientes da INSTRUÇÃO NORMATIVA MARE-GM Nº 05, DE 21 DE JULHO DE 1995.

10.6.8. Comprovação de capital mínimo ou de patrimônio líquido mínimo não inferior a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação (artigo 31, parágrafo 2º e 3º da Lei nº 8.666/93), a qual será exigida **somente no caso de a licitante apresentar resultado inferior a 1,0 (um) no Índice de Liquidez Corrente (ILC) ou Índice de Liquidez Geral (ILG)**.

b) - Para as empresas criadas no exercício em curso, apresentar a fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrada ou autenticada na Junta Comercial do Estado da Sede ou Domicílio da Licitante.

c)- Certidão negativa de falência ou concordata, conforme Artigo 31, inciso II, da Lei 8.666/93, expedida pelo Cartório Distribuidor da sede da pessoa jurídica ou Certidão de Distribuição Ações e Execuções Cíveis, Criminais e Justiça Militar, conforme Resolução nº 20 de 02 de outubro de 2014 do Tribunal de Justiça do Tocantins (TJTO), para empresas sediadas no Estado do Tocantins expedida pelo

endereço www.tjto.jus.com.br e nos casos que couber na medida da lei, ambas as certidões com data de, no máximo 60 (sessenta) dias anteriores à publicação do primeiro aviso desta licitação, exceto se houver prazo de validade fixada na respectiva certidão.

c.1 Estando a empresa em Recuperação Judicial, deverá apresentar a comprovação de que o plano de recuperação foi acolhido na esfera judicial (art. 58 da Lei 11.101/2005), sob pena de Inabilitação.

c.2 No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada um dos distribuidores.

10.6.9. É obrigatória a apresentação de:

I – DECLARAÇÃO comprovando que em seu quadro de pessoal não existe menor de 18 anos desempenhando trabalho noturno, perigoso ou insalubre, ou menor de 16 anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, em conformidade com o artigo 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal de 1988. **(ANEXO IV)**

II – DECLARAÇÃO expressa da licitante de não ter recebido da Prefeitura Municipal de Gurupi ou de qualquer outra entidade da Administração direta ou indireta em âmbito Municipal, SUSPENSÃO TEMPORÁRIA de participação em licitação e ou impedimento de contratar com a Administração Pública, assim como não ter recebido declaração de INIDONEIDADE para licitar ou contratar com a Administração. **(ANEXO V)**

10.6.6. Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:

- a) Em nome da licitante e com o nº do CNPJ e endereço respectivo;
- b) Todos em nome da matriz ou todos em nome da filial, exceto aqueles que só possam ser fornecidos pela matriz; e
- c) Não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

10.6.7. A não apresentação de qualquer um dos documentos exigidos, no prazo estabelecido, implicará no não cadastramento da Agência e, conseqüente, a inabilitação para participação no pleito.

10.6.8. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Fundação UNIRG reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

11. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes nº 1 e 3, de caráter público.

11.2 A Comissão Permanente de Licitação (**CPL**) receberá os envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços, no local, dia e horário determinados neste Edital.

11.2.1 Os envelopes nº1, fornecidos pela **CPL**, somente serão por ela recebidos, se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

11.2.2 A **CPL** não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados, não identificados, que contém o Plano de Comunicação Publicitária (envelope nº 1).

11.3 A **CPL** abrirá os envelopes nº 1 e 3 em sessão pública, franqueando o exame dos documentos dele constantes aos presentes. Em seguida, encaminhará os envelopes nºs 1 e 3 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

11.4 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, prevista na cláusula 13, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

11.4.1. Plano de Comunicação Publicitária

11.4.1.1. Raciocínio Básico – acuidade de compreensão:

- a) Das características da Fundação e Universidade UnirG e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) Do problema específico que trata a campanha do vestibular da UnirG.

11.4.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) A adequação do conceito proposto ao Briefing;
- b) Os desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Executivo Municipal com seu público preferencial;
- c) A coerência da solução do problema de comunicação;
- d) A exequibilidade dos meios de comunicação propostos para solucionar o problema de comunicação do vestibular;
- e) Capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a UnirG e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos e a verba disponível.

11.4.1.3. Ideia Criativa:

- a) Sua adequação aos objetivos da campanha definidos no Briefing;
- b) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- c) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.

11.4.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia:

- a) O conhecimento e análise dos veículos de comunicação e hábitos do público prioritário;
- b) A consistência da distribuição de mídia e não mídia;
- c) A economicidade na aplicação da verba.

11.4.2. Capacidade de Atendimento:

- a) Qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição;
- b) Tempo de experiência na área.

11.4.3. Repertório

- a) A ideia criativa e sua pertinência;
- b) A clareza da exposição;
- c) A qualidade da execução e do acabamento.

11.4.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

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

11.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **cem** pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária (**sessenta e cinco**):
 - a.1) Raciocínio Básico – **dez**,
 - a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária – **vinte**,
 - a.3) Ideia Criativa – **vinte e cinco**,
 - a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – **dez**.
- b) Capacidade de Atendimento – **quinze**;
- c) Repertório – **dez**;
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – **dez**.

11.5.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica.

11.5.2.1. Se, na avaliação de um quesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito, será aberta discussão entre todos os membros da Subcomissão para apresentação das justificativas das pontuações “destoantes” pelos autores das mesmas. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Subcomissão, os autores reavaliarão suas pontuações.

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

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

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

11.6 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de **setenta** pontos;
- c) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens **11.4.1.1** a **11.4.1.4** e **11.4.2** a **11.4.4**.

11.6.1 Conforme o § 2º do artigo 6º da Lei nº 12.232 de 2010, se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 da Lei n.º 12.232/2010, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente no invólucro nº 1.

11.7. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens **11.4.1, 11.4.2, 11.4.3 e 11.4.4.**

11.8 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela **CPL**, cuja data será divulgada na forma do **item 15** e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

12 VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

12.8 Será desclassificada:

- a) A Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- b) A proposta que não atenda às exigências do ato convocatório da licitação.

12.9 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o **Anexo III**, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/93, não será aceito:

- a) Desconto inferior a 5 % (cinco por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Tocantins, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante;
- b) Percentual de honorários superior a 5 % (cinco por cento), incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65;
- c) percentual de honorários superior a 5 % (cinco por cento), incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores.

12.4 A CPL atribuirá pontos para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (N)
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Tocantins.	$N = 1,0 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação	$N = 6,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos	$N = 3,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$

de comunicação visual.

Observação: para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos **desconto** e **honorários** serão substituídos nas fórmulas da coluna **Pontos** pelas respectivas percentagens que constarem da Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, apresentada pelas licitantes, sem o símbolo “%”.

- 12.4.1.** A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma dos pontos dos quesitos constantes da tabela referida no subitem **12.4.**
- 12.4.2. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.**
- 12.4.2.1.** Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:
- 12.4.2.1.1** O menor percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores;
 - 12.4.2.1.2** O menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores; o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

12.5 Quando todas as licitantes forem desclassificadas, a **CPL** poderá fixar o prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de novas Propostas escoimadas das causas que ensejaram a desclassificação.

13 SUBCOMISSÃO TÉCNICA

13.1 A Subcomissão Técnica é constituída de 03 (três) membros, com formação nas áreas de publicidade, relações públicas e jornalismo, nomeada por ato da Presidência da Fundação UNIRG, sendo que um dos membros não possui qualquer vínculo com Fundação UNIRG, atendendo a exigência prevista no art. 10, § 2º da Lei nº 12.232/2010.

13.2 Os membros da subcomissão foram escolhidos em sorteio entre 09 (nove) inscritos, sendo 03 (três) não vinculados a Fundação UNIRG, que atenderam ao Chamamento Público da instituição; os nomes dos inscritos foram publicados com antecedência de 10 (dez) dias da sessão do sorteio no Diário Oficial do Estado na data de 25 de março de 2019, atendendo a disposição do art. 10, § 4º da Lei nº 12.232/2010.

14 PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

14.1 À exceção do julgamento das Propostas Técnicas (envelopes nºs 01 e 03) que será realizado pela Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da **CPL**.

- 14.1.1.** Serão realizadas **quatro sessões** públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.
- 14.1.2.** Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as sessões, as quais serão assinadas pelos membros da CPL ou da Subcomissão, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.
- 14.1.3.** Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

- 14.1.4.** A **CPL** poderá, no interesse da UnirG, relevar omissões puramente formais nas Propostas apresentadas pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela **CPL**.
- 14.1.5.** Antes do aviso oficial do resultado deste Certame, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 14.1.6.** Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a **CPL** ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.
- 14.1.7.** A **CPL** poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

PRIMEIRA SESSÃO

14.1 A primeira fase da primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

- a) Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 6.1;
- b) Receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) Conferir se os envelopes nº 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber também, todos os seus demais envelopes;
- d) Abrir os **envelopes nº 1 e 3**.

14.2.1. O presidente da **CPL** solicitará aos representantes das licitantes, ou a uma comissão por eles nomeada, que rubriquem todas as folhas contidas nos Invólucros nº 1 e 3 e formulem, se for o caso, impugnações relativamente à documentação ou protestos quanto ao transcurso desta licitação, para que constem da ata da reunião.

14.3. Em ato contínuo, a **CPL** encaminhará os envelopes nºs 1 e 3, que compõem a Proposta Técnica, para análise e julgamento pela Subcomissão Técnica.

14.3.1. A análise será individualizada e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária feita dentro do estabelecido no presente Edital, observados os critérios por ele fixados.

14.3.1.1. A Subcomissão Técnica elaborará as planilhas com as pontuações de cada um de seus membros e planilha totalizadora correspondente à soma da pontuação atribuída aos quesitos e subquesitos.

14.3.1.2. A Subcomissão Técnica desclassificará as Propostas Técnicas que não atenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no Edital;

14.3.1.3. Incumbirá à Subcomissão Técnica a elaboração da ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária (envelope nº 1) e encaminhamento à **CPL**, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que fundamentaram cada caso;

14.3.1.4. De igual forma a Subcomissão Técnica procederá com relação aos materiais contidos no envelope nº 3, encaminhados à **CPL** de forma idêntica à indicada no subitem 14.3.1.3.

14.3.1.5 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 **CPL**.

SEGUNDA SESSÃO

14.3.2. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a **CPL** convocará as licitantes, na forma do item 15 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta:

- a) Abertura dos **envelopes nº 2**, contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para determinação de sua autoria;
- c) Elaboração de planilha geral da Proposta Técnica (envelope nº 1 + envelope nº 3), registrando-se em ata a ordem de classificação e as propostas desclassificadas;
- d) Publicação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, com indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, abrindo prazo para interposição de recurso nos termos do art. 109, inc. I, “b” da Lei nº 8.666/93.

TERCEIRA SESSÃO

14.3.3. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local para abertura dos **envelopes nº 4**, em sessão pública, contendo a Proposta de Preços.

14.3.4. Abertos os trabalhos de julgamento das Propostas de Preços, serão observados os procedimentos abaixo:

- a) Abertura dos envelopes nº 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da **CPL** e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por elas indicada;
- b) Examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital, para elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;
- c) Identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado, aos representantes das licitantes presentes;
- d) Realizar com a licitante mais bem classificada na fase de Proposta Técnica – caso não tenha ela apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista no **art. 46, §1º, inc. II da Lei n.º 8.666/93**, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- e) Realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente, com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- f) Declarar vencedora deste procedimento a licitante mais bem classificada na Proposta de menor preço, ou que concordar em praticar o menor preço ofertado pelas licitantes classificadas;
- g) Publicação do resultado final, por ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, nos termos do que dispõe o art. 109, inc. I, “b”, da Lei nº 8.666/93.
- h)

QUARTA SESSÃO

- 14.3.5.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a **CPL** convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentação, na data, local e hora designados, do envelope nº 5, contendo os Documentos de Habilitação.
- 14.3.5.1.** No local, data e hora estabelecidos, a **CPL**, em sessão pública, receberá os **envelopes nº 5** e os abrirá, os mesmos serão rubricados pelos membros da comissão, pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada, após, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente Edital.
- 14.3.5.1.1.** Se os Documentos de Habilitação da licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final atenderem ao quanto exigido, ela será declarada habilitada e, em decorrência, vencedora da licitação.
- 14.3.5.2.** Caso a primeira classificada no julgamento final seja inabilitada, serão abertos sucessivamente, os envelopes nº 5 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquela que apresente os documentos regulares, que será a vencedora do pleito.
- 14.3.5.3.** A decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicada, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do art. 11, inc. XIII da Lei nº 12.232/10.
- 14.3.5.4.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento será **homologado e adjudicado** o objeto licitado à licitante vencedora, conforme estabelecido no art. 11, inc. XIV da Lei nº 12.232/10.
- 14.3.6.** Os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas ficarão à disposição das mesmas por 30 (trinta) dias contados da data de encerramento da licitação. Decorrido este prazo sem que sejam retirados, a UnirG promoverá sua destruição.

15 DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

- 15.1** A critério da **CPL**, todas as decisões referentes a esta licitação poderão ser divulgadas conforme a seguir:
- nas reuniões de abertura de invólucros;
 - no site da Fundação UnirG (<http://unitransparencia.unirg.edu.br/licitacoes>);
 - por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

16 RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- Para execução dos serviços ora licitados, a licitante utilizará como referencial a verba de **R\$ 400.000,00** (Quatrocentos mil reais). A Fundação UNIRG se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a verba prevista.

16.1.1 As despesas decorrentes da presente licitação correrão à conta dos recursos orçamentários específicos da Fundação UNIRG, a saber: Dotações Orçamentárias **0004.0401.12.364.1241.2083** (Manutenção da Administração Geral) **0004.0401.12.364.1241.2106** (Manutenção das Atividades da Reitoria e Elemento de Despesa **3.3.90.39.5010.00.000** (Outros Serviços de Terceiros- Pessoa Jurídica).

17 CONDIÇÕES CONTRATUAIS, DOS ACRESCIMOS OU SUPRESSÕES

17.1 O Contrato decorrente da presente licitação, bem como suas alterações, ficará subordinado às normas da Lei Federal nº 8.666/93, e de acordo com a minuta anexa ao presente.

17.2 O Adjudicatário será convocado a aceitar e assinar o Contrato ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo de **03 (três) dias** consecutivos, a partir de comunicado expedido pela Fundação UnirG.

17.3 O prazo concedido para assinatura do Contrato poderá ser prorrogado uma única, por igual período, quando solicitado durante seu transcurso, pela parte, e desde que ocorra motivo justificado e aceito pela Fundação UnirG.

17.4 A autoridade competente poderá, até a assinatura do Contrato, desclassificar o licitante vencedor por despacho fundamentado, sem direito à indenização e ressarcimento e sem prejuízo de outras sanções cabíveis, quando a Fundação UnirG tiver notícia de qualquer fato ou circunstância, superveniente ou só conhecida após o julgamento da presente licitação, que desabone a idoneidade ou capacidade financeira, técnica ou administrativa da licitante, assegurada a ampla defesa.

17.5 Decorridos 60 (sessenta) dias da data da entrega das propostas, sem convocação para a contratação, ficam os licitantes liberados dos compromissos assumidos (§3º do artigo 64 da Lei nº 8.666/93).

17.6. Os serviços poderão ser acrescidos ou suprimidos, a critério da CONTRATANTE, nas mesmas condições contratuais, nos limites estabelecidos pelo § 1º do art. 65, da Lei 8666/93.

17.7. Com fulcro no art. 65, § 2º da Lei nº 8.666/93, as supressões não poderão exceder os limites acima mencionados, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes.

18 REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

18.1 A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das cláusulas 8 e 9 da minuta do contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 14.3.4, "d".

18.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da cláusula 11 da minuta do contrato.

18.1.1 Os custos e as despesas de veiculação apresentados à UnirG para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido aos veículos, de sua tabela de preços, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem.

18.1.2 As Notas Fiscais/Faturas devem ser emitidas pelos Veículos e Fornecedores contra a UnirG, aos cuidados da licitante vencedora, e conter no histórico, a descrição completa do serviço prestado.

19. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

19.1 A inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro de execução ou mora na execução, sujeitará a **LICITANTE vencedora** às seguintes penalidades:

- I.** Advertência;
- II.** Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 10 % (dez por cento);
- III.** Multa de 5 % (cinco por cento), sobre o valor atualizado deste Contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração a quaisquer outras de suas cláusulas.
- IV.** Suspensão temporária de licitar e contratar com a UNIRG pelo prazo de até 2 (anos) anos;
- V.** Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada.

19.2 A critério da **CONTRATANTE**, as sanções previstas nos incisos "I", "IV" e "V" do item 19.1, desta cláusula, poderão ser aplicadas juntamente com as previstas nos incisos "II" ou "III", facultada a defesa prévia da **CONTRATADA**, no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

19.3 Aplicar-se-á advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação.

19.4 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993.

19.5 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.

19.6 A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação pela **CONTRATADA**.

20. RESCISÃO

20.1 O Contrato decorrente desta licitação poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.

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

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

20.4 A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará à **CONTRATADA** direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

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

21 DISPOSIÇÕES FINAIS

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

21.2 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.

21.3 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 8.666/93.

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

21.5 Correrão por conta da Contratante as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no mural e site da UnirG na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

21.6 Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela **CPL** desde que recebidos até cinco dias antes da data para a apresentação dos envelopes contendo as Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito.

21.7 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias, ressalvado que a **CPL** dará conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital, sem informar a identidade da licitante consulente, mediante divulgação no site da UnirG na internet, no endereço: <http://unitransparencia.unirg.edu.br/licitacoes>.

21.8 As questões decorrentes desta Concorrência Pública que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas na Comarca de Gurupi, Estado do Tocantins, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja

21.9 Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Planilha de Preços Sujeitos a Valoração;
- c) Anexo III: Minuta de Contrato.
- d) Anexo IV: Modelo de Declaração de Cumprimento do Inciso XXXIII, do art. 7º C.F;
- e) Anexo V: Modelo de Declaração de Inexistência de Impedimento Legal para

Licitar;

Gurupi/TO, aos 26 dias do mês de março de 2019.

Telma Pereira de Sousa Milhomem

Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Pág. 25 de 43

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019

ANEXO I – BREEFING

1 DEMANDANTE

Universidade UnirG

Unidade: Assessoria de Comunicação – Ascom

Responsável: Giselli Pessoa G. Raffi – Assessora de Comunicação

Telefone: (63) 3612-7512

E-mail: ascom@unirg.edu.br

2 MISSÃO

“Somos uma Universidade comprometida com o desenvolvimento regional e a produção de conhecimento com qualidade, por meio da ciência e da inovação.”

3 VISÃO

“Ser uma Universidade de referência na Região Norte, comprometida com a formação cidadã, de maneira inovadora e sustentável.”

4 HISTÓRICO

A Universidade de Gurupi - UnirG é uma Instituição de Ensino Superior do município de Gurupi – Tocantins e que há 35 anos atua na formação de profissionais nas áreas: Saúde, Educação, Exatas e Ciências Sociais Aplicadas.

Em 1985 foi fundada a Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas (Fafich), que iniciou suas atividades com os cursos de Pedagogia e Direito. Em 2003, a Fafich teve sua denominação alterada para Faculdade UnirG.

A UnirG foi a primeira Instituição de Ensino Superior no Estado, e também o primeiro e único Centro Universitário exclusivamente tocantinense. Alguns dos fatores que contribuíram para a transformação da Instituição de Faculdade para Centro Universitário foram a criação de novos cursos; realização de concursos públicos; aumento no número de professores com mestrado e doutorado; aquisição de novos livros para a biblioteca; o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e investimentos na infraestrutura.

Com aproximadamente 300 professores e 300 servidores do quadro técnico-administrativo, em setembro de 2018, a UnirG deixou de ser Centro Universitário e conquistou o título de Universidade de Gurupi, que acolhe hoje mais de 4.000 estudantes, e tem uma das mensalidades mais baixas do Brasil.

Hoje a UnirG representa muito mais que formação superior. Suas atuações estão mais amplas e o envolvimento da comunidade acadêmica extrapola o aprendizado apenas em sala de aula. Por meio de prestação de serviços à comunidade e também projetos em parcerias com empresas, ONGs, órgãos públicos e instituições públicas, a Universidade é,

para maioria da população carente da cidade e região, uma forma de amparo em diversas questões sociais.

No decorrer no ano a UnirG realiza diversos eventos institucionais de caráter científico, acadêmico, social e cultural, com a presença de professores, pesquisadores, servidores, acadêmicos e comunidade. Dentre os eventos, projetos e programas podem citar: Cidadão Universitário, Festival Universitário da Canção (FUC), Mostra da Casa de Cultura, Vestibular dos Cursos de Graduação, Processo Seletivo dos Cursos de Pós-Graduação Lato Sensu e do Programa de Residência Médica.

Atualmente, a Instituição oferece vagas por meio de processo seletivo para os seguintes Cursos de Graduação:

CURSOS DE GRADUAÇÃO	TURNO
Administração	Noturno
Ciências Contábeis	Noturno
Direito	Matutino e Noturno
Educação Física – Licenciatura	Noturno
Educação Física – Bacharelado	Noturno
Enfermagem	Noturno
Engenharia Civil	Matutino e Noturno
Farmácia	Noturno
Fisioterapia	Noturno
Jornalismo	Noturno
Letras	Noturno
Medicina	Integral
Odontologia	Integral
Pedagogia	Noturno
Psicologia	Noturno

4 JUSTIFICATIVA

4.1 A Universidade de Gurupi - UnirG utiliza a publicidade e a propaganda como importantes meios na divulgação de suas atividades junto à sociedade local e regional.

4.2 A contratação de uma agência de publicidade, que consiga agregar em seus serviços qualidade técnica e menor custo, trará ganhos para a Instituição por oferecer condições que permitirão dar maior visibilidade no fortalecimento das campanhas.

4.3 Vantagens da contratação

- a. Suporte técnico e operacional adequado para o planejamento, a criação e o desenvolvimento de novas estratégias publicitárias;
- b. Condições de contar com uma empresa capaz de fornecer produtos e serviços nas áreas de publicidade e de propaganda com agilidade, o que contribui para qualificar a imagem da IES junto à sociedade;
- c. Possibilidade de obter descontos importantes para os orçamentos das campanhas e ações pontuais com base em negociações com fornecedores e empresas do mercado publicitário e de comunicação;
- d. Melhor qualidade das campanhas publicitárias implementadas pela Instituição devido à capacidade da empresa fornecedora;
- e. Produção de peças e campanhas atentas às exigências de padrões e parâmetros pré-estabelecidos, que auxiliarão a Assessoria de Comunicação, informando sobre temas, ações e debates de interesse da comunidade acadêmica;
- f. Possibilidade de contratação de serviços especializados direcionados para pesquisas de opinião pública, interna e externa; cursos de capacitação e consultorias na área da comunicação.

5 OBJETIVOS

5.1 Objetivo Específico

Contratar uma empresa especializada na oferta de serviços de comunicação e publicidade para atender a Fundação e Universidade de Gurupi - UnirG, que apresente capacidade técnica e operacional para executar atividades de planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação (web), serviços de panfletagem e distribuição de cartazes se necessário e intermediação de serviços de comunicação no geral, sempre com a meta de contribuir para a promoção da Instituição e suas ações, por meio de uma comunicação integrada, criativa e estratégica.

5.2 Objetivos de comunicação

- a. Divulgar e consolidar a imagem da Fundação e Universidade de Gurupi - UnirG;
- b. Propagar os valores sociais da UnirG e sua importância para Gurupi e região;
- c. Criar campanhas institucionais, entre elas a de final de ano, promocionais e de ações da Universidade de Gurupi - UnirG.
- d. Divulgar o Vestibular e a Pós - Graduação da UnirG nos dois semestres do ano.

6 PERÍODO E VERBA

6.1 A agência contratada deverá produzir e divulgar as campanhas por ela criadas ou propostas, assim também como as campanhas e materiais desenvolvidos pela Assessoria de Comunicação da UnirG durante o ano, de acordo com a necessidade e conveniência da Administração, que determinará, também, a verba a ser utilizada em cada uma das campanhas.

6.2 A verba total destinada para as atividades de publicidade da UnirG é de **R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais)**. A Fundação UnirG reserva-se ao direito de a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista.

7 CAMPANHA PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1 Para avaliação da Proposta Técnica, a agência participante deverá produzir uma campanha hipotética do Vestibular 2019/2 da UnirG para os Cursos de Graduação (**alínea 3.8**). A apresentação deve ser completa contendo todas as artes, roteiros e spots das peças propostas; planilhas de mídia, veiculação e impulsionamentos web, contendo o cronograma das mesmas e planilha de custos com valores atualizados; explanação sobre o tema, ideia criativa e layout escolhidos e especificações sobre o alcance e objetivo de cada veículo escolhido.

7.2 Verba referencial: R\$ 130.000,00 (cento e trinta mil reais)

7.3 Duração da Campanha: 30 (trinta) dias. Considerando que as inscrições serão de 15 de maio a 14 de junho e as provas dia 23 de junho de 2019.

7.4 Público-Alvo:

A campanha deve atingir *todo o público que esteja apto a ingressar no ensino superior e principalmente os jovens de 14 até 20 anos de idade*, que concluíram ou concluirão o ensino médio.

7.5 Delimitação geográfica:

- a. Tocantins: Gurupi e região, Palmas e Araguaína.
- b. Bahia: Luiz Eduardo Magalhães, Barreiras e região.
- c. Goiás: Goiânia, Anápolis, Uruaçu, Porangatu e região.
- d. Maranhão: Imperatriz, Balsas e região.
- e. Pará: Parauapebas, Xinguara, Redenção, Marabá e região.

7.6 Objetivos da campanha: Informar a abertura das inscrições do Vestibular do segundo semestre de 2019 com uma comunicação inteligente, instigante e diferenciada, que atinja com eficácia o público-alvo e supere o número de inscritos em todos os cursos.

7.6.1 Criar uma campanha atrativa, com o intuito também de aumentar o interesse do público pela escolha dos cursos de baixa procura: Pedagogia, Letras, Educação Física, Ciências Contábeis, Administração, Farmácia, Fisioterapia, Enfermagem, Psicologia e Jornalismo o qual esse público específico está localizado em Gurupi e regiões circunvizinhas.

7.7 Especificações Técnicas

7.7.1 Para os cursos de Administração, Ciências Contábeis, Educação Física (Licenciatura e Bacharelado), Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Letras, Pedagogia, Psicologia e Jornalismo os inscritos farão apenas uma Redação em Língua Portuguesa.

7.7.2 Os candidatos para os cursos de Medicina, Direito (Matutino e Noturno), Engenharia Civil (Noturno) e Odontologia farão prova de Conhecimentos Gerais (Prova Objetiva) e de Redação em Língua Portuguesa.

7.7.3 Fica a critério da agência participante a definição dos meios e dos veículos de comunicação a serem considerados na simulação de mídia, bem como as ações complementares necessárias para atingir os objetivos da campanha, levando em conta o equilíbrio entre o aproveitamento de recursos, sua distribuição e divulgação, e a pertinência da mensagem criativa.

7.7.4 A UnirG reserva-se ao direito de modificar, utilizar ou não a referida campanha hipotética da agência vencedora.

Gurupi-TO, 21 de janeiro de 2019.

Elaborado por:

(Original assinado por)

Giselli Pessoa G. Raffi
Assessora de Comunicação da Fundação
e Universidade UnirG

Ordenador de despesas:

(Original assinado por)

Thiago Lopes Benfica
Presidente da Fundação UnirG

Data: ____/____/____

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019

ANEXO II

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) desconto a ser concedido à UNIRG sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Tocantins: ____ % (____ por cento);
- b) honorários, a serem cobrados da UNIRG, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição **não** nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação: ____ % (____ por cento);
- c) honorários, a serem cobrados da UNIRG, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: ____ % (____ por cento).

VALIDADE DA PROPOSTA: no mínimo 60 DIAS

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

(nome da licitante)

Representante legal

CONCORRÊNCIA DE PREÇOS Nº 001/2019

ANEXO III MINUTA CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº _____/2019

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, CELEBRADO ENTRE A FUNDAÇÃO UNIRG E _____.

CONTRATANTE: **FUNDAÇÃO UNIRG**, fundação pública com personalidade jurídica de direito público, entidade da administração descentralizada do município de Gurupi, inscrita no CNPJ sob nº 01.210.830/0001-06, com sede na Avenida Pará, nº 2.432, quadra 20, lote 01, Setor Waldir Lins II, CEP: 77.423-250, Gurupi/TO, neste ato representado pelo Presidente **THIAGO LOPES BENFICA**, conforme Decreto de nomeação nº 683/2017, brasileiro, casado, advogado, portador do RG 764.093 SSP/TO e inscrito no CPF sob nº 846.889.981-04, residente e domiciliado nesta Cidade.

CONTRATADA: _____ pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº _____, e Inscrição Estadual nº _____ com sede na _____, na cidade de _____ - _____, neste ato representada pelo Sr. _____, nacionalidade, estado civil, profissão, portador de RG nº _____ e inscrito no CPF sob o nº _____, residente e domiciliado no endereço _____, resolvem celebrar o presente Contrato, que se regerá pelas cláusulas e condições que seguem:

1. LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

- 1.1 O presente Contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Federal nº 12.232 de 29 de abril de 2010; Lei Federal n.º 4.680, de 18 de junho de 1965; Lei Federal nº 8.666, de 21.06.93, e modificações posteriores.
- 1.2 Independentemente de transcrição passam a fazer parte deste Contrato e a ele se integram, a CONCORRÊNCIA e seus Anexos, bem como as Propostas apresentadas pela **CONTRATADA**.

2. OBJETO

2.1 Contratar uma contratação de uma empresa especializada (**Agência**) - **na oferta de serviços de comunicação e publicidade**, para atender a Fundação e Universidade de Gurupi - UnirG, que apresente capacidade técnica e operacional para executar atividades de planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios

de divulgação (web), serviços de panfletagem e distribuição de cartazes se necessário e intermediação de serviços de comunicação no geral, sempre com a meta de contribuir para a promoção da Instituição e suas ações, por meio de uma comunicação integrada, criativa e estratégica.

conforme especificados no Anexo I deste edital.

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

- a) Capacidade técnica e operacional para executar atividades de planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação (web), serviços de panfletagem e distribuição de cartazes se necessário e intermediação de serviços de comunicação no geral;
- b) Planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- d) A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.3 A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a) Fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 2.2, alíneas “a”, “b” e “c”;
- b) Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

3. VIGÊNCIA

3.1 O presente Contrato terá duração de 12 meses, iniciado a partir da assinatura do instrumento contratual, podendo ser prorrogado nas hipóteses do Artigo 57, inciso II, da Lei 8.666/93 e suas alterações.

4. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 Para execução dos serviços ora licitados, a licitante utilizará como referencial a verba de **R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais)**. A Fundação UNIRG se reserva o direito de, acordo com a conveniência e oportunidade, utilizar ou não o total da verba referenciada.

4.2 As despesas decorrentes da presente licitação correrão á conta dos recursos orçamentários específicos da FUNDAÇÃO UNIRG, a saber: Dotações Orçamentárias **0004.0401.12.364.1241.2083** (Manutenção da Administração Geral), **0004.0401.12.364.1241.2106** (Manutenção das Atividades da Reitoria) e Elemento de Despesa **3.3.90.39-5010.00.000** (Outros Serviços de Terceiros-Pessoa Jurídica).

- 4.3** A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu exclusivo critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.
- 5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA.**
- 5.1** Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:
- 5.1.1** Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 5.1.2** Realizar - com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato observados as especificações estabelecidas pela **CONTRATANTE**.
- 5.1.3** A seu critério, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz e/ou filiais para serviços que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições ora acordadas.
- 5.1.4** Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior.
- 5.1.5** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à **CONTRATANTE** as vantagens obtidas.
- 5.1.5.1** O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.
- 5.1.5.2** Serão transferidas à **CONTRATANTE**, as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou re replicações que tenham sido concedidos pelo veículo.
- 5.1.6** Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:
- 5.1.6.1** Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela **CONTRATANTE**, nos termos do disposto no art. 14 da Lei n.º 12.232/10.
- 5.1.6.2** Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- 5.1.7** Obter a aprovação prévia e expressa da **CONTRATANTE**, para autorizar despesas veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.
- 5.1.8** Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.
- 5.1.8.1** A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a **CONTRATADA** ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à **CONTRATANTE** este vínculo e obter sua aprovação.

- 5.1.9** Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.
- 5.1.10** Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 5.1.11** Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas nesta licitação que deu origem a este ajuste.
- 5.1.12** Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- 5.1.13** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 5.1.14** Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 5.1.15** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.
- 5.1.15.1** Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à **CONTRATANTE**, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 5.1.16** Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.
- 5.1.17** Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.

6. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

- 6.1** Constituem obrigações da **CONTRATANTE**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:
- 6.1.1** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;
- 6.1.2** Comunicar, por escrito, à **CONTRATADA**, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuando os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte e quatro horas úteis;
- 6.1.3** Fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

- 6.1.4** Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- 6.1.5** Notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;
- 6.1.6** Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- 7. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**
- 7.1** A **CONTRATANTE** fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.
- 7.1.1** A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor contratual, servidor devidamente designado pela **CONTRATANTE**, que terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.
- 7.1.1.1** Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao gestor contratual verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da contratação de fornecedores e aos honorários devidos à **CONTRATADA**.
- 7.2** A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços a ela incumbidos.
- 7.3** A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e a expensas dos fornecedores e veículos por eles responsáveis.
- 7.4** A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por contratados por ela diretamente, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.
- 7.5** A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.
- 7.6** A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.
- 7.11** A **CONTRATANTE** realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela **CONTRATADA**, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.
- 7.11.1** A avaliação semestral será considerada pela **CONTRATANTE** para aquilatar a necessidade de solicitar à **CONTRATADA** que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

8. REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:

8.1.1 Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição **não** proporcione à **CONTRATADA** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o subitem 9.1.

8.1.1.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.1.2 Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual

8.1.2.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.1.3(..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Tocantins, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA**.

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

8.2 A **CONTRATADA** não fará jus a honorário ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

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

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

9. DESCONTO DE AGÊNCIA.

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

9.2 Os frutos dos planos de incentivos eventualmente concedidos pelos veículos de divulgação, para todos os fins de direito, constituem receita própria da **CONTRATADA**, nos termos do disposto no art. 18 da Lei nº 12.232/10.

10. DIREITOS AUTORAIS

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

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula 8 deste Contrato.

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

10.2.1 A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/Contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela **CONTRATANTE** em cada caso.

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

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

10.4.1 Que a **CONTRATANTE** poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em Betacam e em DVD, mediante ajuste dos custos envolvidos.

10.4.2 A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência deste Contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

11. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO.

11.1 O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a **CONTRATADA** informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, o qual será de 30 (trinta) dias após a emissão da Nota Fiscal do serviço de acordo com a campanha executada.

11.1.1 Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, será de trinta dias após o mês de veiculação;

11.1.2 Produção e execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, será de trinta dias após o mês de produção;

11.1.3 Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais

publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados por ocasião da solicitação de cada serviço.

- 11.2** Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº/2019 e a manifestação de aceitação do gestor contratual:
- 11.3** Será obrigatória a checagem no meio TV, referente às inserções feitas nas praças e veículos cobertos pelo Monitor Ibope na data da publicação do edital que deu origem a este Contrato.
- 11.4** Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a **CONTRATANTE**, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.
- 11.4.1** Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.
- 11.5** A **CONTRATANTE** não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.
- 11.6** Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela **CONTRATADA**, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela **CONTRATANTE**.
- 11.6.1** Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.
- 11.6.2** A **CONTRATADA** apresentará à **CONTRATANTE** um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

12. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 12.1** A inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro de execução ou mora na execução, sujeitará a **CONTRATADA** às seguintes penalidades:
- I.** Advertência;
 - II.** Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 10 % (dez por cento);
 - III.** Multa de 5 % (cinco por cento), sobre o valor atualizado deste Contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração a quaisquer outras de suas cláusulas.
 - IV.** Suspensão temporária de licitar e contratar com a UNIRG pelo prazo de até 2 (anos) anos;
 - VI.** Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a

CONTRATADA ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada.

- 12.2** A critério da **CONTRATANTE**, as sanções previstas nos incisos "I", "IV" e "V" do item 12.1, desta cláusula, poderão ser aplicadas juntamente com as previstas nos incisos "II" ou "III", facultada a defesa prévia da **CONTRATADA**, no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.
- 12.3** Aplicar-se-á advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação.
- 12.4** A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993.
- 12.5** 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.
- 12.6** A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação pela **CONTRATADA**.
- 13. RESCISÃO**
- 13.1** O presente Contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.
- 13.2** Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela **CONTRATANTE** e comprovadamente realizadas pela **CONTRATADA**, previstas no presente Contrato.
- 13.3** Em caso de cisão, incorporação ou fusão da **CONTRATADA** com outras agências de propaganda, caberá à **CONTRATANTE** decidir sobre a continuidade do presente Contrato.
- 13.4** A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará à **CONTRATADA** direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.
- 13.5** A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da **CONTRATANTE**, a retenção dos créditos decorrentes deste Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.
- 14. DISPOSIÇÕES GERAIS**
- 14.1** A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Autorregulamentação Publicitária, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.
- 14.2** A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivos no mural e site oficial da Fundação e Universidade UNIRG a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.
- 14.3** O presente Contrato poderá ser denunciado e, em consequência, encerrado unilateralmente pela **CONTRATANTE**, após decorridos cento e oitenta dias de

sua vigência, mediante notificação por escrito à **CONTRATADA**, com antecedência mínima de sessenta dias.

14.4 Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

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

15. CASOS OMISSOS

15.1 Os casos omissos relacionados a este Contrato regular-se-ão pelos preceitos de Direito Público, aplicando-se lhes, supletivamente, os princípios da teoria geral dos Contratos e as disposições de Direito Privado, na forma dos arts. 54 e 55, inciso XII, da Lei nº 8.666, de 1993, bem como a legislação indicada no preâmbulo do presente Contrato.

16. FORO

16.1 As questões decorrentes da execução deste Contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas na Comarca de Gurupi, Estado do Tocantins, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

16.2 Por estarem justos e contratados firmam o presente instrumento em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, para um só efeito de direito, na presença das testemunhas abaixo nomeadas, reconhecendo o CONTRATADO os direitos da Administração, previstos no artigo 58, da Lei nº. 8.666/93.

Gurupi/TO, ___ de _____ de 2019.

FUNDAÇÃO UNIRG
Thiago Lopes Benfica
CONTRATANTE

CONTRATADO

Testemunhas:

1 _____ CPF _____

2 _____ CPF _____

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019

ANEXO IV

(MODELO DE DECLARAÇÃO A SER APRESENTADA PELOS LICITANTES).

DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CF

_____ (razão social da Empresa), inscrita no CNPJ sob nº. _____, com sede no endereço _____ declara que cumpre o disposto no inciso XXXIII do Artigo 7º da Constituição Federal que trata da proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos.

Assim sendo, para os fins que se fizer de direito, e por possuir poderes legais para tanto, firmo a presente.

(nome do Município e Estado), ____ de _____ de 2019.

(Nome da empresa e assinatura do representante legal)

Obs.: A não apresentação da Declaração do Menor é caso de inabilitação sendo que a mesma deverá ser apresentada no papel timbrado ou carimbo padronizado da empresa, não sendo necessária a transcrição do cabeçalho da Fundação UNIRG.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019

ANEXO V

(MODELO DE DECLARAÇÃO A SER APRESENTADA PELOS LICITANTES).

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE IMPEDIMENTO LEGAL PARA LICITAR

Declaro, sob as penas da lei e para o específico fim de participar da Concorrência Pública nº. 001/2019 da Fundação UNIRG, que a Empresa _____ (razão social da licitante):

- a) Não se encontra suspensa temporariamente de participar de licitações ou de contratar com o Poder Público;
- b) Não está impedida de transacionar com a administração pública municipal ou qualquer das entidades da administração pública;
- c) Não se encontra, a qualquer título, sujeita a declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com o Poder Público;
- d) Não se encontra, nos termos da legislação em vigor e/ou da Concorrência Pública nº. 001/2019, sujeita a qualquer fato ou circunstância que possa impedir a sua regular habilitação na presente licitação, ou a eventual contratação que deste procedimento possa decorrer.

Assim sendo, para os fins que se fizer de direito, e por possuir poderes legais para tanto, firmo a presente.

(nome do Município e Estado), ____ de _____ de 2019.

(Nome da empresa e assinatura do representante legal)

Obs.: A não apresentação da Declaração de Inexistência de Impedimento Legal para Licitar é meramente exemplificativa é caso de inabilitação sendo que a mesma deverá ser apresentada no papel timbrado ou carimbo padronizado da empresa, não sendo necessária a transcrição do cabeçalho da Fundação UNIRG.