

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2016

- ORIGEM DA LICITAÇÃO: SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
- MODALIDADE: CONCORRÊNCIA Nº 001/2016
- OBJETO: Contratação de até 06 (seis) agências de propaganda e publicidade para prestação de serviços descritos neste Edital.
- TIPO DE LICITAÇÃO: TÉCNICA E PREÇO
- LOCAL DE ENTREGA DOS INVÓLUCROS: Secretaria de Estado de Comunicação, Av. Doutor Freitas, n. 2531, CEP: 66.087-812 – Palácio do Governo – Marco/Belém/PA.
- DATA DE ABERTURA: 30/05/2016
- HORA DE RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS: 10h às 10h30
- HORA DE ABERTURA DOS INVÓLUCROS: 10h30

A SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ faz saber aos interessados que a Comissão Permanente de Licitação, nomeada pela portaria n. 372 de 24 de novembro de 2015, devidamente publicado no Diário Oficial do Estado do Pará n. 33071 em 27 de novembro de 2015, receberá e abrirá licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para contratação de até 06 (seis) agências de propaganda e publicidade para prestação de serviços descritos neste Edital, segundo disposições da legislação vigente, em especial artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil, além das disposições das leis federais 12.232, de 29 de abril de 2010, 8.666, de 21 de junho de 1993, atualizada pelas leis 8.883, de 08 de junho de 1994, 9.032, de 28 de abril de 1995, 9.648, de 27 de maio de 1998, 9.854, de 27 de outubro de 1999, relativas a direitos e obrigações; todas estas que as licitantes declaram conhecer e concordar. A presente licitação reger-se-á, subsidiariamente, no que couber, ainda, pela Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, pelo Decreto Federal n.º 57.690, de 1.º de fevereiro de 1966, parcialmente alterado pelo Decreto n.º 4.563 de 31 de dezembro 2002, pelas

Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, reconhecidas como aplicáveis pelo Decreto n. 4.563, de 31 de dezembro de 2002, pelo Código Nacional de Auto Regulamentação Publicitária, editado pelo CONAR - Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária, que, mesmo desprovido de força legal, é admitido como instrumento de disciplina ética das atividades de propaganda no País, guardando-se a possibilidade de discussão de casos que se mostrem passíveis de novos entendimentos entre as partes e, por fim, pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda.

1 – DO OBJETO

1.1 - A presente CONCORRÊNCIA tem por objeto a contratação de até 06 (seis) agências de propaganda e publicidade para prestação de serviços descritos neste Edital, que são:

a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução interna, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideais, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.;

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

b.1) planejamento e 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;

b.2) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

b.3) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.2 - As agências atuarão por ordem e conta do Governo do Estado do Pará, em conformidade com o art. 3º da Lei 4.680/65, e que tenha obtido Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010, na contratação de:

a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e

demais serviços conexos, previstos no item 1.1, alíneas “a”, “b.1” e “b.2”;

b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitário, sem qualquer restrição de mídia.

1.3 - As empresas contratadas atuarão consoante convocação do Governo do Estado do Pará, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas no item 1.1, devendo os serviços de publicidade ser executados indistintamente e independentemente da classificação neste certame.

1.4 - Os serviços serão solicitados às agências a serem contratadas de modo a garantir a cada uma que o valor efetivamente realizado não seja inferior a 10% (dez por cento) do total executado pelas agências, a cada período de vigência do contrato e em suas eventuais prorrogações.

1.5 - Os serviços previstos no item 1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.6 - Para a prestação dos serviços serão contratadas até 06 (seis) agências de propaganda, doravante denominadas agência, licitante ou contratada, ressalvados os critérios eliminatórios e classificatórios do edital

1.6.1 - Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

1.6.2 - A agência atuará por ordem e conta da Secretaria de Estado de Comunicação, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.6.3 - A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no Item 1.1.

2 - Compõem o presente instrumento:

ANEXO 1 - "BRIEFING";

ANEXO 2 - MODELO DE PROCURAÇÃO;

ANEXO 3 - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO;

ANEXO 4 - MINUTA DE CONTRATO.

ANEXO 5 - DECLARAÇÃO DE SOLVÊNCIA FINANCEIRA

ANEXO 6 - MODELO DE DECLARAÇÃO QUE NÃO EMPREGA MENOR DE IDADE

ANEXO 7 - PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA ENTRE AS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

3 - GLOSSÁRIO

Nesta licitação serão encontradas palavras, siglas e abreviaturas com os mesmos significados, conforme abaixo:

1. **CONTRATANTE:** O GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ, através da SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO, que é signatária do instrumento contratual;
2. **CONTRATADA:** empresa à qual foi adjudicado o objeto desta licitação e é signatária do contrato com a Administração Pública;
3. **FISCALIZAÇÃO:** órgão encarregado do acompanhamento e fiscalização do contrato;
4. **HABILITAÇÃO:** Verificação atualizada da situação jurídica, qualificação técnica e econômico-financeira e regularidade fiscal de cada empresa participante da licitação;
5. **CPL:** Comissão Permanente de Licitação, que realizará os procedimentos de recebimento de invólucros, habilitação e julgamento das propostas técnicas e comerciais referentes a esta licitação;
6. **GEP:** Governo do Estado do Pará;
7. **SECOM:** Secretaria de Estado de Comunicação;

8. **DOE:** Diário Oficial do Estado, jornal impresso pela Imprensa Oficial do Estado;

9. **SUBCOMISSÃO TÉCNICA:** responsável pela análise das propostas técnicas.

4 - DATA, HORÁRIO E LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA DE ABERTURA DA CONCORRÊNCIA E DE ENTREGA DOS INVÓLUCROS: (INVÓLUCROS Nº 1, 2 e 3-Proposta Técnica; INVÓLUCRO Nº 4-Proposta de Preços):

4.1 - A sessão de Concorrência em epígrafe será pública, dirigida pela Comissão Permanente de Licitação, e realizar-se-á em data, horário e local a seguir determinados:

Data de realização da Sessão de Abertura: 30/05/2016

Horário: 10h00min

Local: Auditório da Casa Civil da Governadoria do Estado do Pará, situado à Av. Doutor Freitas, 2531, CEP: 66.087-812 – Palácio do Governo – Marco/Belém/PA.

5 - RETIRADA DO EDITAL, INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS

5.1 - O Edital desta licitação estará disponível para download gratuito no endereço eletrônico www.secom.pa.gov.br, mediante preenchimento do formulário de identificação.

5.2 - Este Edital também poderá ser obtido em versão impressa, através de pagamento de taxa/emolumento no valor de R\$ 200,00 (duzentos reais), mediante prévia solicitação de qualquer interessado que se identificar pelo e-mail licitacao@secom.pa.gov.br, no horário das 10h às 12h e 14h às 17h, na Av. Doutor Freitas, n. 2531, CEP: 66.087-810 – Marco/Belém/PA - Fone: (91) 3202-0917, no protocolo geral da SECOM.

5.2.1 - Para a retirada do Edital o interessado deverá apresentar comprovante do depósito efetuado na conta corrente da Secretaria de Estado de Comunicação, no BANPARÁ, agência 0015, conta corrente nº 188.102-7;

5.3 - A participação de empresa interessada nesta Licitação fica condicionada ao procedimento descrito no item 5.2;

6 - INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1 - Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito pelo endereço eletrônico licitacao@secom.pa.gov.br;

6.1.1 - Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos por e-mail aos interessados e mediante divulgação na internet, no endereço eletrônico www.secom.pa.gov.br , sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante.

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

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

6.2 - Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação.

7 - IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 - Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 5 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, pelo protocolo da Secretaria de Estado de Comunicação, no endereço indicado no item 5.1 deste edital, em dias úteis (de segunda a sexta-feira), no horário das 10:00h às 12:00h e 14:00h às 17:00 horas, e deverá ser julgado e respondido em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei federal nº 8.666/1993.

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

7.2.1 - Considera-se licitante para efeito do subitem precedente o interessado que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital;

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

8 – DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

8.1 - Poderá participar desta Concorrência a licitante que atender a todas as condições deste Edital e apresentar os documentos nela exigidos que seja certificada pelo Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP e esteja com seu Certificado de Qualificação Técnica em vigor.

8.2 - Não poderá participar desta licitação a licitante:

a) em processo de concordata, recuperação judicial e/ou falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação, cisão, fusão e/ou incorporação;

b) que por qualquer motivo tenha sido considerada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública, direta, indireta, federal, estadual ou municipal;

c) que esteja reunida em consórcio.

d) estrangeira que não funcione no país;

e) que seja administrada por servidor ou dirigente de órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação ou por empresas cujos sócios, administradores, empregados, controladores pertençam ao quadro da Secretaria de Estado de Comunicação, conforme art. 9º, caput, inciso III e § 3º e 4º, da Lei nº 8.666/93.

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

8.4 - A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1. “a” deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

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

9 - CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

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

9.1.1 - Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembléia 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.

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

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

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

9.4 - Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no item 4 deste Edital.

10 – DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

10.1 - As Propostas de Técnica e de Preço deverão ser apresentadas à Comissão Permanente de Licitação em invólucros distintos e separados, todos fechados, os quais deverão ser identificados com as informações abaixo previstas:

10.1.1 - A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) Invólucros distintos, a saber:

- a) Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**: Invólucro nº 1. **ESTE INVÓLUCRO SERÁ FORNECIDO PELA CPL**;
- b) Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**: Invólucro nº 2;
- c) Demais informações integrantes da Proposta Técnica: Invólucro nº 3.

11 – ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Invólucro nº 1

11.2 - No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o subitem 13.2.

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

11.2.2 - O invólucro padronizado será entregue à todos que o solicitem formalmente por e-mail encaminhado ao endereço eletrônico licitacao@secom.pa.gov.br.

11.2.3 - O Invólucro nº 1 deverá estar fechado e sem rubrica.

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

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

Invólucro nº 2

11.3 - No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 13.3;

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

Invólucro nº 2
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária –
Via Identificada
Nome empresarial e CNPJ da licitante
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001 / 2016

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

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

Invólucro nº 3

11.4 - No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório, e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens **13.5**, **13.6** e **13.8**.

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

Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório
e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
Nome empresarial e CNPJ da licitante
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001 / 2016

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

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

12 - ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1 - A Proposta de Preços deverá ser entregue à Subcomissão Permanente de Licitação condicionada no Invólucro nº 4.

Invólucro nº 4

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

Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001 / 2016

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

12.1.3 - O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

12.2 - A entrega dos invólucros implica plena aceitação das condições estabelecidas neste Edital e na Minuta de Contrato (Anexo IV).

12.2.1 - Não serão aceitos protocolos de entrega ou solicitações de documento em substituição aos requeridos no presente Edital e seus Anexos.

12.3 - A validade do documento extraído via Internet estará condicionada à conferência da autenticidade de seu conteúdo no respectivo endereço.

13 - APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

- em caderno único de até 30 páginas e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, ambas em branco;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, orientação retrato;
- espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- espaçamento “simples” entre as linhas e, opcionalmente, duplo após

títulos e entretítulos e entre parágrafos;

- alinhamento justificado do texto;
- texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos, observado o disposto nos subitens 13.2.1 e 13.2.3;
- numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- sem identificação da licitante.

13.2.1 - As especificações do subitem 13.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea “b” do subitem 13.3.3.

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

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores ou preto e branco;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte Arial, estilo “normal”, cor preta, tamanho 10 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A4 ou A3 dobrado. Para fins do limite previsto no subitem 13.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas.

13.2.3 - Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I - ser editados em cores ou preto e branco;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A4 ou A3 dobrado.

13.2.4 - Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 13.2. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1.

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

13.2.6 - Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 13.3.3 estão limitados, no conjunto, até 15 (quinze) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

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

13.3.1 - Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Secretaria de Estado de Comunicação para enfrentar o desafio de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação e os objetivos previstos no Briefing.

13.3.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o desafio de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

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

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

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 13.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

13.3.3.1 - Os comentários mencionados na alínea “a” do subitem 13.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

13.3.3.2 - Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea “b” do subitem 13.3.3:

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

b) podem ser apresentados sob a forma de:

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

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

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

13.3.3.2.1 - Os protótipos ou "monstros" poderão ser apresentados em CD ou DVD, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

13.3.3.2.2 - Os protótipos ou "monstros" de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, mp4 e mov.

13.3.3.2.3 - As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou paspartú. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

13.3.3.2.4 - Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, "monstro internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea "a" do subitem 12.3.3.

13.3.3.3 - Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas "fisicamente", até o limite de que trata a alínea "a" do subitem 13.3.3.2, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um hot site e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

e) um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

g) um hot site cuja página de abertura e ou demais páginas internas

sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hot site, será considerado uma peça.

13.3.3.3.1 - Na apresentação de proposta de hot site a que se refere a alínea “g” do subitem 13.3.3.3, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

13.3.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

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

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

13.3.4.1 - Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 13.3.3 deverão constar nessa simulação.

13.3.4.2 - Nessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

13.3.4.3 - Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
 - a.1) as tabelas de veículos usadas na simulação devem ser apresentadas em anexo e não serão consideradas como páginas integrantes do caderno único de 30 (trinta) páginas.

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

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

d) A campanha deve ser planejada com a verba hipotética de R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais) e período de vinculação de até 60 dias.

Capacidade de Atendimento

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

13.4.1 - Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 13.4 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

13.4.2 - Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 13.4 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

a) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

b) A capacidade de, no prazo estabelecido em contrato, instalar, em Belém, Pará, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- 02 (dois) profissionais na área de atendimento;
- 01 (um) profissional na área de planejamento;
- 04 (quatro) profissionais na área de criação;
- 02 (dois) profissionais nas áreas de produção impressa e eletrônica;
- 01 (um) profissional na área de mídia.

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

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

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

Repertório

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

13.6.1 - Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 13.6 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

13.6.3 - Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

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

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

13.7.1.1 - As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01/01/2011.

13.7.1.2 - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico no subitem 13.6 ou ser apresentadas soltas.

13.7.1.3 - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 13.6, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

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

13.7.1.4 - Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 13.7.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista.

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

13.7.3 - As peças e ou materiais não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Governo do Estado do Pará.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

13.8 - A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página

interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

13.8.1- Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 13.8 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 13.9, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

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

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

13.9.1 - As propostas de que trata o subitem 13.9 devem ter sido implementadas a partir de 01/01/2011.

13.9.2 - Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista para o item.

13.9.3 - Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo Governo do Estado do Pará, deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

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

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

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 13.8, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

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

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

14 – DA APRESENTAÇÃO, DA REMUNERAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

14.1 - A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 14.3 e 14.6;

c) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 14.3 e 14.6, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2 - O valor estimado para a execução do Contrato dar-se-á pelas dotações orçamentárias da Secretaria de Estado de Comunicação e dos demais órgãos integrantes da Administração Direta e Indireta do Governo do Estado do Pará que detenham rubricas em seus respectivos orçamentos para os fins previstos no presente Edital, e as Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista, com seus próprios recursos.

14.3 - A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo III, sob pena de desclassificação:

14.4 - O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e serão submetidos à apreciação do gerenciador do respectivo contrato do Governo do Estado do Pará, que decidirá quanto à sua aprovação.

14.5 - A execução desses serviços será remunerada originalmente na forma abaixo, levando-se em consideração os eventuais descontos e repasses concedidos pelas Licitantes, na forma apresentada na Proposta de Preço:

a) O percentual de desconto sobre a tabela de preços vigente, do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da Agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros);

b) Pelo “desconto de agência” de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, inclusive Publicidade Legal ou Obrigatória, e que, nos termos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, é pago à(s) Agência(s) a ser(em) contratada(s), pelos veículos de comunicação. Exceção deste capítulo qualquer publicação obrigatória na Imprensa Oficial. A Agência Contratada não fará jus a nenhuma remuneração a título de custos internos nos serviços de publicidade legal.

c) O percentual de desconto sobre os honorários de 15% (quinze por cento); incidente sobre os custos de produção realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimento contratados, decorrente de estudos ou criação intelectual da licitante e sob sua supervisão técnica;

d) O percentual de desconto sobre os honorários de 10% (dez por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou o custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento.

14.6 - A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

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

b) Os percentuais de desconto ofertados abrangem todos os custos necessários para a realização dos serviços, incluindo impostos, taxas, encargos sociais e trabalhistas, administração, custos diretos e indiretos e todos os outros ônus federais, estaduais, e/ou municipais indispensáveis para o cumprimento do objeto da presente licitação;

c) Prazo de validade da proposta, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura do Invólucro n.º 01.

14.7 - Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

14.8 - A pontuação a ser atribuída, assim como o julgamento das propostas de preços das concorrentes, dar-se-ão em consonância com o disposto no Anexo I, deste Edital.

14.9 - Além da remuneração prevista com base na proposta de preços, a agência concorrente contratada fará jus ao desconto-padrão de agência, concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o disposto no artigo 11 da Lei Federal n.º 4.680/65.

14.10 - A política de negociação:

14.10.1 - O critério de concessão de desconto sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade, conforme item 14.5, “c”, variando entre o percentual de 10% (dez por cento) a 15% (quinze por cento) sobre o valor do custo de produção, suprimentos e serviços externos;

14.10.2 - O critério de concessão de desconto sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços externos, nos casos em que a responsabilidade das Agências limitar-se à contratação dos serviços ou suprimentos, conforme item 14.5, “d”, variando entre o percentual de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimentos externos;

14.10.3 - O critério de apropriação e repasse de custos internos da Contratada para o Governo do Estado do Pará em percentual não superior a 70% dos preços constantes da Tabela de Custos Internos, item 14.5, “a”, emitida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará.

14.10.4 - Declaração de que não será repassado ao Governo do Estado do Pará, Secretarias de Estado, Autarquias, Fundações, Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista, o pagamento de tributos e outros encargos;

14.10.5 - Declaração de que os prazos para pagamento pelo Governo do Estado do Pará dos serviços de produção, da própria agência, dos fornecedores e dos veículos, não serão inferiores a 30 (trinta) dias a partir do protocolo do requerimento do pagamento, sempre condicionado às exigências estabelecidas no presente Edital;

14.10.6 - Declaração de que a Agência se compromete a reverter à Contratante parcela do “Desconto de Agência” a que faz jus, observados os parâmetros contidos no Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item

4.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária, editado pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

14.11 - Haverá repasse de 5%, para o Governo do Estado do Pará, sobre o “desconto de agência” (14.5 “b”) pago pelos Veículos de Comunicação às Agências. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, conforme tabela abaixo:

Investimento Bruto Anual em Mídia	Parcela do Investimento Bruto “Desconto Padrão de Agência” a reverter ao anunciante
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00	Até 3% (três por cento) do investimento bruto
De R\$ 25.000.000,01 em diante	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto

14.11.1 - De acordo com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que regula o relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

14.12 - A Proposta de Preços deverá ser apresentada em conformidade com o estabelecido no Anexo 3.

15 - ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

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

Invólucro nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001 2016.SECOM

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

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

15.2 - Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:

- a) em nome da licitante e com o n.º 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;
- c) não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

15.3 - A não apresentação de qualquer um dos documentos exigidos abaixo implicará na imediata inabilitação da empresa e conseqüente desclassificação do pleito.

15.3.1- Habilitação Jurídica

- a) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- b) registro comercial, em caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;
 - c1) os documentos mencionados na alínea 'c' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;
- d) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.
- e) As microempresas e empresas de pequeno porte que quiserem postergar a comprovação da regularidade fiscal para o momento da assinatura do contrato e ter preferência no critério de desempate quando do julgamento das propostas, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, deverão apresentar a CERTIDÃO SIMPLIFICADA DA JUNTA COMERCIAL DO ESTADO, onde se localiza a sede ou filial da licitante, emitida em até 90 dias da data da entrega dos invólucros, para comprovação do seu enquadramento como microempresa ou empresa de pequeno porte.

15.3.2 - Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) Certidão Negativa de Débitos municipais em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certidão Negativa de Débito expedida pela Secretaria de Finanças (ou órgão equivalente no Município) do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- f) Certidão Negativa de Débito expedida pela Secretaria da Fazenda (ou

órgão equivalente no Estado) do Estado em que estiver localizada a sede da licitante;

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

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

i) 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.

j) Declaração de cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal, constando que não mantém relação de trabalho noturno, perigoso ou insalubre com menor de 18 (dezoito) anos e qualquer trabalho com menor de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (Quatorze) anos, assinado pelo representante legal da empresa ou preposto devidamente designado, conforme modelo do ANEXO 06.

k) As certidões que não apresentarem prazo de validade serão consideradas válidas pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados da data da respectiva emissão.

Obs.: Caso a documentação referente à Regularidade Fiscal apresente alguma restrição, será assegurada a licitante a continuidade no certame, desde que se tenha comprovado o enquadramento como microempresa ou empresa de pequeno porte, nos termos do art. 3º da Lei Complementar Federal n.º123/2006, com a apresentação da Certidão Simplificada emitida pela Junta Comercial do Estado, emitida em até 90 dias da data da entrega dos invólucros, para comprovação do seu enquadramento como microempresa ou empresa de pequeno porte.

15.3.3 - Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de Falência ou de Recuperação Judicial, expedida pelo Distribuidor da sede da pessoa jurídica;

b) Balanços patrimoniais e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigível e apresentado na forma da Lei, devidamente, registrado na junta comercial, acompanhado do Certificado de Registro do Profissional, contador que assinou o balanço, que comprove a real situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancete ou balanços provisórios. Para fins deste Edital, os valores constantes no balanço patrimonial poderão ser corrigidos por índices oficiais, quando

encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta. Na hipótese de atualização ou aumento do patrimônio líquido, o licitante terá que, obrigatoriamente, apresentar documentação que o altere, devidamente registrada e arquivada na junta comercial;

c) a boa situação financeira de todas as licitantes classificadas será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial, através de uma Declaração assinada pelo representante legal e contador da empresa, ou por profissional competente:

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

d) Os Balanços deverão conter as assinaturas do(s) representante(s) legal(is) e do contador responsável da Proponente, devidamente registrados na Junta Comercial, bem como, os Termos de Abertura e de Encerramento do livro Diário, também registrados na Junta Comercial ou Cartório de Registro;

e) As empresas com menos de 01 (um) ano de existência, que ainda não tenham balanço de encerramento do exercício, deverão apresentar demonstrações contábeis consolidando seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência;

f) Para sociedade anônima, cópia autenticada da publicação do balanço patrimonial em Diário Oficial ou jornal de grande circulação da sede do licitante.

g) As demonstrações contábeis realizadas/elaboradas via Escrituração Contábil digital através do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED deverão ser apresentadas com autenticação da Junta Comercial;

h) O Certificado de Registro do Profissional contador poderá ser emitido em meio digital.

15.3.4 - Qualificação Técnica:

- a) Três declarações, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência. As declarações deverão ser apresentados em papel timbrado do emitente ou conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser firmados pelos responsáveis legais, dentro do prazo de 60 (sessenta) dias contados da data de emissão do Atestado.;
- b) Declaração de que a empresa dispõe – e manterá durante toda a vigência do contrato, caso venha a sagrar-se vencedora os departamentos indispensáveis ao funcionamento de uma agência de publicidade e propaganda, entendidos como: atendimento, criação, mídia, produção RTVC, produção gráfica, design gráfico e administrativo;
- c) Declaração comprometendo-se a, caso venha a sagrar-se vencedora do certame, instalar, no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da assinatura do contrato, filial, sucursal ou escritório de representação na Região Metropolitana de Belém, com estrutura técnica da presente licitação;
- d) Declaração de 3 (três) veículos de comunicação dando conta do fiel cumprimento, por parte da licitante, dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes, subscritos em prazo não superior a 90 (noventa) dias da data da abertura deste certame
- e) Cópia autenticada do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), para atendimento do art. 30, inciso II da Lei 8.666/93.
- f) Comprovante/Declaração de registro ou inscrição da agência licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP, para atendimento do art. 30, inciso I, da Lei nº 8.666/93.
- g) Declaração de boa situação financeira, conforme modelo no Anexo 5.

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

15.5 - O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 34 da Lei nº 8.666/1993, expedido por órgão da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 15.3.1 e nas alíneas “a” e “b” do subitem 15.3.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar a SECOM a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

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

15.5.2 - É recomendável que a licitante que tenha solicitado seu cadastramento no terceiro dia útil anterior à data de recebimento dos Documentos de Habilitação compareça à sessão de abertura com o formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, para eventual comprovação na hipótese de seu não processamento em tempo hábil no SICAF.

15.5.3 - A não apresentação de qualquer um dos documentos exigidos implicará na imediata inabilitação da empresa e consequente desclassificação do pleito.

16 - ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1 - A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 15 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 16.1.1.

16.1.1 - Se nenhuma licitante restar habilitada, a Secretaria de Estado de Comunicação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

16.2 - Quanto às licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 15.5 deste Edital, sua situação será verificada por meio de consulta on-line ao SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02/2010.

17 - COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

17.1 - Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 51, *caput*, da Lei nº 8.666/1993, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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

17.2.1 - Pelo menos 1 (um) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o Governo do Estado do Pará.

17.3 - A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Secretaria de Estado de Comunicação .

17.3.1 - A relação dos nomes referidos no subitem 17.3 deste Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitação no Diário Oficial do Estado, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

17.3.2 - O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Secretaria de Estado de Comunicação, nos termos dos subitens 17.2.1 e 17.3.

17.3.3 - A relação prevista no subitem 17.3 deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Secretaria de Estado de Comunicação.

17.3.4 - Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 17.3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

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

17.3.6 - A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 16.

17.3.6.1- Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 17.3.

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

17.3.7 - A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 17.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

18 - PROCEDIMENTO DE JULGAMENTO:

18.1 - Recebimento dos Invólucros: Os Invólucros deverão ser entregues até o prazo limite estipulado no preâmbulo deste Edital. No dia, hora e local designados, na presença dos licitantes e demais pessoas presentes ao ato público, a Comissão Permanente de Licitação receberá os Invólucros N^{os} 1, 2, 3 e 4, devidamente fechados e indevassáveis.

18.1.1 - Em nenhuma hipótese serão recebidos Invólucros após o prazo estabelecido.

18.2 - Entregues os Invólucros, fica vedada a desistência, a retificação ou alteração de documentos ou propostas, salvo, em relação à desistência, por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela CPL.

18.3 - Os integrantes da Subcomissão Técnica de que trata o item 17.2 deste Edital não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos Invólucros com as propostas técnicas e de preços.

|

18.4 - Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante. Se porventura houver qualquer elemento identificador, a Comissão Permanente de Licitação não receberá os invólucros.

18.5 - A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhuma informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante nos invólucros padronizados da via não identificada do plano de comunicação publicitária.

18.6 - Abertura dos Invólucros nº 1 e nº 3: A Comissão Permanente de Licitação procederá à abertura dos invólucros de nº 1 (via não identificada da proposta técnica) e nº 3 (demais informações da proposta técnica).

18.6.1- Conforme especificado no item 17.5, a Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhuma informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

18.6.2 - Os documentos contidos no Invólucro nº 1 serão rubricados pelos presentes e pelos membros da Comissão Permanente de Licitação.

18.6.3 - Será desclassificada e ficará impedida de participar do restante do certame a licitante cujos documentos que compõe o invólucro nº 1 contiverem informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a sua autoria em momento anterior à abertura do Invólucro nº 2.

18.6.4 - No tocante ao Invólucro nº 3, é vedada as licitantes a aposição, no invólucro e/ou nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite identificar a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura do Invólucro nº 2.

18.6.5 - Será desclassificada e ficará impedida de participar do restante do certame a concorrente que desrespeitar o disposto no subitem anterior.

18.6.6 - Serão rubricados pelos presentes e pelos membros da Comissão Permanente de Licitação os documentos que compõem o Invólucro nº 3.

18.6.7 - Os documentos que compõem o Invólucro nº 1 serão devolvidos aos seus invólucros respectivos e colocados em Invólucro único, rubricado pelos licitantes presentes e pelos membros da CPL, que os manterá sob sua guarda e responsabilidade, até o momento de repassá-los à Subcomissão Técnica de que trata o item 17.2 deste Edital.

18.6.8 - Tal qual o descrito no subitem anterior, os documentos que compõem o Invólucro de nº 3 serão devolvidos aos seus invólucros respectivos e colocados em Invólucro único, rubricado pelos licitantes presentes e pelos membros da CPL, que os manterá sob sua guarda e responsabilidade, até o momento de repassá-los à Subcomissão Técnica de que trata o item 17.2 deste Edital.

18.6.9 - Os Invólucros nºs 2 e 4, ainda fechados, serão rubricados pelos licitantes presentes e pelos membros da CPL, que os manterá sob sua guarda e responsabilidade.

18.6.10 - Da sessão que receber os Invólucros de Nºs 1, 2, 3 e 4, será lavrada ata circunstanciada, a qual mencionará todos os licitantes, observações

relevantes, eventuais impugnações apresentadas e demais ocorrências que interessarem ao julgamento da licitação, devendo ser assinada pelos membros da CPL e por todos os licitantes presentes.

18.7 - Análise Técnica do Invólucro Nº 1: Encerrada a reunião, os Invólucros de nº 1, com seus conteúdos, serão repassados à Subcomissão Técnica, constituída nos termos do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, cabendo-lhe:

- a) Analisar de modo individualizado e julgar o conteúdo das propostas técnicas (vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária), desclassificando aquelas em desacordo com a Lei e/ou com o presente Edital e seus Anexos;
- b) Elaborar planilhas com as pontuações de cada membro da Subcomissão para os quesitos de cada proposta e planilha totalizadora da pontuação de quesitos e subquesitos;
- c) Elaborar ata de julgamento das propostas e encaminhá-la à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as planilhas, os Invólucros de nº 1 com seus conteúdos e a justificativa resumida das razões que fundamentaram as pontuações em cada caso.

18.8 - Análise Técnica do Invólucro Nº 3: Recebidos os documentos referidos na letra “c” do subitem 18.7, a Comissão Permanente de Licitação os manterá sob sua guarda e responsabilidade, até o momento da abertura do Invólucro Nº 2. Subsequente a isso, o invólucro único referido no subitem 18.6.8 será aberto e o Invólucro de Nº 3, com seus conteúdos, serão repassados à Subcomissão técnica, cabendo-lhe:

- a) Analisar de forma individualizada e julgar o conteúdo das propostas técnicas (demais documentos das propostas técnicas), desclassificando aquelas que desatenderem à lei ou ao presente instrumento convocatório;
- b) Elaborar planilhas com as pontuações de cada membro da Subcomissão Técnica para os quesitos de cada proposta e planilha totalizadora da pontuação de quesitos e subquesitos;

18.9 - Abertura do Invólucro nº 2: A sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas será realizada imediatamente após o recebimento da documentação encaminhada pela Subcomissão Técnica, com a convocação de todos os concorrentes e dar-se-á em observância aos seguintes procedimentos:

- a) Divulgação se for o caso, das desclassificações previstas.
- b) Abertura do Invólucro de nº 2 (via identificada do plano de comunicação publicitária);
- c) Cotejo entre as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária para a identificação de sua autoria;
- d) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas pela Subcomissão Técnica às Propostas Técnicas, constituídas na forma estabelecida deste Edital;
- e) Proclamação do resultado de julgamento geral das Propostas Técnicas, divulgando-se as propostas desclassificadas com base nos critérios estabelecidos neste instrumento convocatório e a ordem decrescente de classificação.

18.9.1 - Da sessão supramencionada será lavrada ata circunstanciada, a qual mencionará todos os licitantes, observações relevantes, eventuais impugnações apresentadas e demais ocorrências que interessarem ao julgamento da licitação, devendo ser assinada pelos membros da CPL e por todos os licitantes presentes.

18.9.2- O resultado do julgamento das propostas técnicas será publicado, com a indicação das classificadas em ordem decrescente, bem como as licitantes desclassificadas.

18.10 - Recurso relativo às propostas técnicas: O prazo para interposição de recursos quanto ao julgamento das propostas técnicas será de 05 (cinco) dias úteis, contados da publicação do resultado no Diário Oficial do Estado.

18.10.1 - À Subcomissão Técnica caberá, além das atribuições previstas, manifestar-se em torno de eventuais recursos de licitantes concernentes ao julgamento das propostas técnicas, caso seja solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

18.10.2 - Uma vez julgados os recursos porventura interpostos, será dado prosseguimento ao certame, com a publicação da convocação da sessão pública para abertura e julgamento do Invólucro nº 04, para a qual serão convocados todos os licitantes. Desta convocação, constará o resultado do julgamento dos recursos.

18.10.3 - Da sessão acima citada será lavrada ata circunstanciada, a qual mencionará todas as concorrentes, observações relevantes, eventuais impugnações apresentadas e demais ocorrências que interessarem ao julgamento da licitação, devendo ser assinada pelos membros da Subcomissão e por todos os licitantes presentes.

18.10.4 - O resultado do julgamento das propostas técnicas será publicado, com a indicação das classificadas em ordem decrescente, bem como as licitantes desclassificadas.

18.10.5 - Se todos os representantes das concorrentes participantes estiverem presentes à sessão pública acima referida e abdicarem do prazo para interposição de recurso, far-se-á a publicação constante no item 18.10.2 com a data da continuidade do certame.

18.11 - Abertura do Invólucro nº 04 (Proposta de Preços): A sessão pública para a abertura dos invólucros contendo as propostas de preços será realizada imediatamente após o término do prazo recursal ou julgamento de eventual recurso interposto, com a convocação de todos os concorrentes. Essa sessão realizar-se-á em observância ao disposto no artigo 46, §2.º, da Lei Federal n.º 8.666/93, bem como aos seguintes procedimentos:

- a) Devolução dos Invólucros de Nº 04, ainda fechados e mediante recibo, às licitantes desclassificadas;
- b) Abertura dos Invólucros de Nº 04, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos presentes;
- c) Julgamento das propostas de preços, atribuindo-lhes as notas conforme estabelece o Item 5, do Anexo I deste edital, e, sendo o caso, desclassificação das concorrentes que não atenderem ao exigido neste Edital;
- d) Elaboração de classificação geral, declarando a (s) vencedora (s) licitante(s) que tenha feito a maior Nota Final pela composição das notas técnica e de preço.

18.11.1 - Da sessão acima citada será lavrada ata circunstanciada, a qual mencionara todas as concorrentes, observações relevantes, eventuais impugnações apresentadas e demais ocorrências que interessem ao julgamento da licitação.

18.11.2 - O resultado do julgamento das propostas será publicado, com a indicação das classificadas em ordem decrescente, bem como as licitantes desclassificadas, se houver.

18.12 - Recurso referente às propostas de preços:- O prazo para interposição de recursos quanto ao julgamento das propostas de preços será de 05 (cinco) dias úteis, contados da publicação do resultado no Diário Oficial do Estado- DOE.

18.12.1 - Uma vez julgados os recursos porventura interpostos, será dado prosseguimento ao certame, com a publicação da sessão pública para julgamento da habilitação das concorrentes classificadas à fase final, em conformidade com o artigo 11, Parágrafo 4º, letra “d” alínea XI, da Lei 12.232/2010.

18.12.2 - Se todos os representantes das concorrentes participantes estiverem presentes à sessão pública referida no subitem 18.11 e abdicarem do prazo para interposição de recurso, dar-se-á prosseguimento ao certame na própria sessão, com o recebimento e abertura dos documentos de habilitação de acordo com o determinado item 15 e subitens deste Edital – das concorrentes classificadas à etapa final do certame, em observância ao estabelecido no subitem 18.13.

18.13 - Abertura da Habilitação: A Sessão Pública para exame e julgamento da habilitação das concorrentes classificadas à fase final do certame, com base na documentação estipulada no item 15 deste Edital, será realizada imediatamente após o término do prazo recursal ou julgamento de eventual recurso interposto, com a convocação de todas licitantes.

18.13.1 - Quando da realização da sessão supracitada, a Comissão Permanente de Licitação receberá o invólucro contendo a habilitação das concorrentes classificadas à fase final do certame e examinará os documentos no que diz respeito à conformidade com as exigências deste instrumento convocatório e com normas legais vigentes, decidindo acerca da habilitação ou inabilitação das licitantes.

18.13.2 - O resultado do julgamento da habilitação será publicado, com a indicação da concorrente vencedora e a ordem de classificação de todas as concorrentes participantes desta etapa.

18.14 - Recursos relativos à habilitação: o prazo para interposição de recursos quanto ao julgamento de habilitação será de 05 (cinco) dias úteis, contados da publicação do resultado no Diário Oficial do Estado.

18.15 - No caso de ainda permanecer empate entre duas ou mais propostas, após a utilização dos critérios de desempate previstos neste Edital, a classificação será decidida mediante sorteio, segundo o art. 45, parágrafo segundo da Lei 8.666/93.

18.15.1 - Os invólucros pertencentes às licitantes desclassificadas poderão ser retirados no prazo de até 30 (trinta) dias consecutivos, contados da homologação do certame. Após o transcurso desse prazo, os invólucros e seus conteúdos serão inutilizados.

19 - CRITÉRIO DE JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO

19.1 - A **CPL** abrirá os Invólucros n.ºs 1 e 3 em sessão pública, franqueando o exame dos documentos dele constantes aos presentes. Em seguida, encaminhará os Invólucros n.ºs 1 e 3 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

19.2 - Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, prevista na item 17.2, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

19.2.1 - Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.1.1 - Raciocínio Básico – acuidade de compreensão:

- a) das características do GEP e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do GEP com seus públicos;
- c) do papel do GEP no atual contexto social, político e econômico;
- d) do problema específico de comunicação do GEP.

19.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do GEP e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do GEP com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do GEP;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o GEP e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos do GEP e a verba disponível.

19.2.1.3 - Ideia Criativa:

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do GEP;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades do GEP e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

19.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia:

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

19.2.2 - Capacidade de Atendimento:

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do GEP, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;

c) a capacidade de, no prazo estabelecido em contrato, instalar, em Belém, Pará, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- 02 (dois) profissionais na área de atendimento;
- 01 (um) profissional na área de planejamento;
- 04 (quatro) profissionais na área de criação;
- 02 (dois) profissionais nas áreas de produção impressa e eletrônica;
- 01 (um) profissional na área de mídia.

d) a operacionalidade do relacionamento entre o GEP e a licitante, esquematizado na Proposta;

e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;

f) a relevância e a utilidade das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do GEP, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

19.2.3 - Repertório:

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

19.2.4 - 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.

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

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária – **70 (setenta) pontos**
 - 1) Raciocínio Básico: Máximo de **10 (dez) pontos**
 - 2) Estratégia de Comunicação Publicitária: Máximo de **20 (vinte) pontos**
 - 3) Ideia Criativa: Máximo de **30 (trinta) pontos**
 - 4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: Máximo de **10 (dez) pontos**
- b) Capacidade de Atendimento: Máximo de **10 (dez) pontos**
- c) Repertório: Máximo de **10 (dez) pontos**
- d) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: Máximo de **10 (dez) pontos**

19.3.2 - A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados no item 10.1.1. supra, completando o total de **100 (cem) pontos**.

19.3.2.1 - As propostas que não obtiverem a nota mínima de 60 (sessenta) pontos serão desclassificadas.

19.3.2.2 - As propostas que obtiverem nota igual ou superior a 60 (sessenta) pontos serão classificadas em ordem decrescente, a partir da que acumular maior pontuação.

19.4 - Divulgada a classificação da Proposta Técnica, serão designados, em publicação no Diário Oficial do Estado do Pará, dia e hora para abertura dos Invólucros nº 3 contendo as Propostas Comerciais das Licitantes classificadas tecnicamente.

20 - DA VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

20.1. O julgamento das propostas de preços será realizado pelo somatório dos pontos auferidos de acordo com os fatores de pontuação a seguir discriminados. Será atribuída a pontuação máxima de 100 (cem) pontos à proposta de preços. A Nota de Preços (NP) corresponderá a 20% (vinte por cento) da Nota Final (NF), apurada da seguinte forma:

- a) Até 70 (setenta) pontos, pelo desconto sobre os custos internos, com base na Tabela vigente de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, na razão de 1 (um) ponto para cada 1% (um por cento) de desconto sobre a referida tabela, limitado o desconto a 70% (setenta por cento) do valor da Tabela;

b) Até 15 (quinze) pontos, pela redução sobre os honorários devidos sobre os custos de produção realizada por terceiros especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, na razão de 3 (três) pontos para cada 1% (um por cento) de redução sobre os 15% (quinze por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de redução;

b.1) Tabela de pontuação sobre percentual de honorários

Honorários	Redução %	Pontos
15%	0%	0
14%	1%	3
13%	2%	6
12%	3%	9
11%	4%	12
10%	5%	15

c) Até 15 (quinze) pontos, pela redução sobre os honorários devidos sobre o custo de produção realizada por terceiros especializados, quando a responsabilidade da licitante limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento na prestação de serviços e de suprimentos externos, na razão de 3 (três) pontos para cada 1% (um por cento) de redução sobre os 10% (dez por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de redução.

c.1) Tabela de pontuação sobre percentual de honorários, quando da licitante limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento de prestação de serviços e de suprimentos externos.

Honorários	Redução %	Pontos
10%	0%	0
9%	1%	3
8%	2%	6
7%	3%	9
6%	4%	12
5%	5%	15

20.2 - Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras Licitantes.

20.3 - Não se admitirá proposta que apresente preço global ou unitário simbólico, irrisório ou de valor zero, ou incompatível com os preços de mercado ou em desacordo com as Normas Padrão estabelecidas pelo CENP.

20.4 - Será atribuído um total de 100 (cem) pontos como Nota de Preço à proposta que ofertar o maior desconto no somatório referente às alíneas do item 20.1 do presente Edital, como se segue:

20.5 - Será desclassificada a proposta que:

- a) Não alcançar, no total, a nota mínima de 60 (sessenta) pontos;
- b) Obter nota zero em qualquer dos quesitos a que se referem os itens anteriores.

20.6 - Da Nota Final:

20.6.1 - A Subcomissão Especial de Licitação considerará vencedoras desta licitação as 06 (seis) propostas que obtiverem as maiores pontuações na Nota Final, calculada através da soma da Nota Final da Proposta Técnica com a Nota Preço, conforme a seguinte expressão:

$$\mathbf{NF = NT \times 0,8 + NP \times 0,2}$$

NF = NOTA FINAL

NT = NOTA TÉCNICA

NP = NOTA DE PREÇOS

20.6.2 - As propostas serão classificadas em ordem decrescente de acordo com a Nota Final obtida por cada Licitante.

20.6.3 - Em caso de empate, o desempate far-se-á mediante a maior pontuação obtida, por cada proposta, decrescentemente, nos seguintes itens da proposta técnica: Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Raciocínio Básico, Estratégia de Mídia, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problema de Comunicação. Permanecendo a situação de empate, o desempate far-se-á por sorteio público, para o qual serão convocadas todas as Licitantes classificadas tecnicamente.

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

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

a) 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 Técnica e passará a compor o processo da licitação.

20.8 - Serão consideradas vencedoras as 06 (seis) licitantes que obtiverem as maiores pontuações na soma das notas dos quesitos da Proposta Técnica e da Proposta de Preço, ficando a vencedora primeira e a segunda colocadas com o Grupo 1, a terceira colocada com o Grupo 2, a quarta colocada com o Grupo 3, a quinta colocada com o Grupo 4, a sexta colocada com o Grupo 5.

a) A proposta deverá ter a validade mínima de 60 (sessenta) dias corridos contados a partir da data de apresentação dos documentos de habilitação e das propostas técnica e de preço.

20.9 - Após a classificação definitiva das propostas, caso a documentação referida no item 15 e subitens apresente alguma restrição, será assegurado à licitante primeira classificada, quando caracterizada como microempresa ou empresa de pequeno porte, nos termos do art. 30, da Lei Complementar Federal nº 123/2006, o prazo de 02 (dois) dias úteis, para a regularização das falhas encontradas.

20.9.1 - O prazo acima previsto poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, quando solicitado pela licitante, durante o seu transcurso, e desde que ocorra motivo justificado, aceito como tal pela Comissão Permanente de Licitação.

20.9.2 - Não fará jus ao prazo supracitado a microempresa ou empresa de pequeno porte que tenha deixado de apresentar algum dos documentos relativos à Regularidade Fiscal, quando da abertura da habilitação;

20.9.3 - A não regularização da documentação concernente à Regularidade Fiscal, no prazo previsto acima estipulado, implicará a decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no artigo 81 da Lei Federal n.º 8.666/93.

21 - DOS PROCEDIMENTOS GERAIS

21.1 - À exceção do julgamento das Propostas Técnicas (invólucros n.ºs 01 e 03), que será realizado pela Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação.

21.1.1 - Serão realizadas tantas reuniões públicas quanto necessárias, desde que observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

21.1.2 - Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação ou da Subcomissão Técnica, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes que assim o desejarem.

21.1.3 - A Comissão Permanente de Licitação poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

21.1.4 - Antes dos avisos oficiais de resultados desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

21.1.5 - Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

21.1.6 - A Comissão Permanente de Licitação 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

21.2 - A primeira sessão 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 dos documentos exigidos no subitem 9.1;

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

c) conferir se os invólucros nº 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a CPL de receber também todos os seus demais invólucros;

d) abrir os invólucros nº 1 e 3.

21.3 - Em ato contínuo, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará os invólucros n.ºs 1 e 3, que compõem a Proposta Técnica, para análise e julgamento pela Subcomissão Técnica.

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

21.3.2 - 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;

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

21.3.4 - Incumbirá à Subcomissão Técnica a elaboração da ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária (invólucro n.º 1) e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que fundamentaram cada caso;

21.4 - De igual forma a Subcomissão Técnica procederá com relação aos materiais contidos no Invólucro n.º 3, encaminhados à Comissão Permanente de Licitação de forma idêntica à indicada no subitem 21.3.4

Segunda Sessão

21.5 - A apuração do resultado geral das Propostas Técnicas ocorrerá em sessão pública, observados os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos invólucros n.º 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 (invólucro n.º 1 + invólucro n.º 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 n.º 8.666/93.

Terceira Sessão

21.6 - 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 invólucros n.º 4, em sessão pública, contendo a Proposta de Preços.

21.7 - Abertos os trabalhos de julgamento das Propostas de Preços, serão observados os procedimentos abaixo:

- a) abertura dos invólucros n.º 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da **CPL** e pelos representantes das licitantes presentes ou por subcomissão por elas indicada;
- b) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital, para elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;
- c) declarar vencedoras desta Concorrência as 06 licitantes mais bem classificadas na soma das Propostas Técnica e de Preço;
- d) 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 n.º 8.666/93.

Quarta Sessão

21.8 - 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 12.232/10.

21.9 - No local, data e hora estabelecidos, a Comissão Permanente de Licitação, em sessão pública, receberá os Documentos de Habilitação para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente Edital.

21.10 - Se os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas do primeiro até o sexto lugar no julgamento final, atenderem ao que for exigido, elas serão declaradas habilitadas e, em decorrência, vencedoras da licitação.

a) Caso alguma(s) das seis primeiras classificadas no julgamento final seja(m) inabilitada(s), serão abertos sucessivamente, os invólucros n.º 5 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquela(s) que tenha(m) os Documentos de Habilitação satisfatórios.

21.11 - 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 n.º 12.232/10.

21.12 - 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 às licitantes vencedoras, conforme estabelecido no art. 11, inc. XIV da Lei n.º 12.232/10.

21.13 - Os invólucros 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, o Governo do Estado do Pará promoverá sua destruição.

21.14 - A critério da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado é obrigatória:

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

22 – DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS E DOS PRAZOS

22.1 - Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em requerimento escrito dirigido à autoridade competente, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, devendo estar assinado por quem de direito.

22.2 - Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação motivadamente, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

22.3 - Não serão conhecidos os recursos interpostos fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

22.4 - Na contagem dos prazos referidos neste Edital, excluir-se-á o dia de início e incluir-se-á o dia de vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste item em dia de expediente normal no Governo do Estado do Pará.

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

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

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

23 - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

23.1 – As despesas decorrentes do contrato celebrado com as empresas vencedoras deste certame, correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

Fonte de Recursos : 0101

Unidade Orçamentária : 77101 Secretaria de Estado de Comunicação

Programa de Trabalho: 24.131.1424.8233 (Edição de Publicação de Atos da Administração Pública)

Programa de Trabalho: 24.131.1424.8255 (Publicidade das Ações de Governo)

Fonte de Recursos: 0103

Unidade Orçamentária: 90101 – Fundo Estadual de Saúde

Programa de Trabalho: 10.131.1424.8255

Fonte de Recursos: 0149

Unidade Orçamentária: 90101 – Fundo Estadual de Saúde

Programa de Trabalho: 10.131.1424.8255

Fonte de Recursos: 0260

Unidade Orçamentária: 59201 – Instituto de Metrologia do Estado do Pará

Programa de Trabalho: 14.131.1424.8255

23.2 - Os Entes da Administração Indireta, especificados nos Grupos seguintes com recursos próprios destinados à execução dos serviços objeto deste Edital, celebrarão os respectivos contratos diretamente com as agências vencedoras, observada a ordem de classificação das empresas no presente certame, como a seguir:

- 1a Colocada GRUPO I
- 2a Colocada GRUPO I
- 3a Colocada GRUPO II
- 4a Colocada GRUPO III
- 5a Colocada GRUPO IV
- 6a Colocada GRUPO V

Fonte de Recursos: Próprios

Grupo 1:

Departamento de Transito do Estado do Pará DETRAN

Grupo 2:

Agencia de Defesa Agropecuária do Estado do Pará ADEPARA
Companhia de Saneamento do Estado do Pará COSANPA

Grupo 3:

Instituto de Assistência dos Servidores do Estado do Pará IASEP
Companhia de Desenvolvimento Econômico do Pará CODEC
Companhia de Gás do Pará GASPARÁ
Companhia de Portos e Hidrovias do Estado do Pará CPH

Grupo 4:

Universidade do Estado do Pará UEPA
Companhia de Habitação do Estado do Pará COHAB
Centrais de Abastecimento do Pará S.A CEASA
Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado do Pará -
EMATER

Grupo 5:

Imprensa Oficial do Estado do Pará IOE
Empresa de Tecnologia da Informação e Comunicação do Estado do Pará –
PRODEPA
Centro de Hemoterapia e Hematologia do Pará HEMOPA
Agencia de Regulação e Controle de Serv. Públicos do Estado – ARCON

23.3 - A Secretaria de Estado de Comunicação demandará às agências Licitadas o desenvolvimento de campanhas e demais serviços previstos neste Edital conforme seu planejamento estratégico de mídia, independentemente da ordem de classificação das agências.

23.3.1 A cada agência Licitada será garantido o repasse de demandas obedecendo ao limite mínimo de 10% do orçamento disponibilizado no período de vigência do contrato, conforme o item 1.4 deste Edital.

24 - ADJUDICAÇÃO, HOMOLOGAÇÃO E DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS

24.1 - Homologada a licitação, as licitantes adjudicatárias serão notificadas para assinarem o contrato na Secretaria de Estado de Comunicação- SECOM no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data da notificação por parte da autoridade superior do procedimento, para assinar o termo de contrato, conforme minuta constante do Anexo 4.

24.1.1 - O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela adjudicatária durante o seu transcurso, e desde que ocorra motivo justificado, aceito como tal pela SECOM;

24.2 - A adjudicação será tornada sem efeito, se alguma licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, sem justificativa formalmente aceita pelo o Governo do Estado do Pará

24.2.1 - Na hipótese do subitem anterior, o objeto da licitação poderá ser adjudicado às concorrentes remanescentes, na ordem de classificação final, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

24.2.2 - Se alguma licitante vencedora se recusar a assinar o contrato, o Governo do Estado do Pará lhe aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93.

24.2.3 - O disposto no item anterior não se aplica às licitantes convocadas na forma do item 23.2.1.

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

24.3.1 - Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo do Governo do Estado do Pará, mediante acordo entre as partes, por períodos iguais e sucessivos, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

24.4 - O Governo do Estado do Pará poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

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

24.5 - Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

24.6 - A contratada deverá prestar esclarecimentos ao Governo do Estado do Pará sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

24.7 - É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira.

24.8 - A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta concorrência.

25 - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

25.1 - Estará sujeita à aplicação de sanções administrativas, mediante processo em que será garantido o direito prévio da citação e da ampla defesa, a licitante que:

- a) Convocada dentro do prazo de validade de sua proposta, não celebrar o contrato;
- b) Deixar de entregar a documentação exigida para a Concorrência;
- c) Apresentar documentação falsa;
- d) Ensejar o retardamento da execução do certame;
- e) Não mantiver a proposta, durante o prazo de sua validade;
- f) Falhar ou fraudar na execução do objeto;
- g) Comportar-se de modo inidôneo;
- h) Cometer fraude fiscal.

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

I - advertência;

II - multa de mora e multa por inexecução contratual;

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

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

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

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

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

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

25.3 - A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - as multas e a advertência serão aplicadas pelo Titular do Órgão Demandante;

II - caberá ao Titular do Órgão Demandante aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade;

III - a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Gestor Estadual.

25.4 - A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

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

25.4.1 - No ato de advertência, o CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no Inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o Inciso II, ambos do subitem 25.4.

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

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

25.5.2 - O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço caracterizará inexecução total deste contrato.

25.6 - A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

I - de 15% (quinze por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 1% (um por cento), calculado sobre o valor previsto no subitem 23.1, pela:

a) recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 28.3 do contrato;

b) inexecução total do contrato;

c) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização do CONTRATANTE.

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

I - por até 6 (seis) meses:

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

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 25.3, 25.4 e 25.5 deste contrato;

II - por até 2 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da [Ordem de Serviço ou documento equivalente], depois da solicitação de correção efetuada pelo CONTRATANTE;

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

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

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

- f) demonstraco, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com o CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- g) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei não 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitacrio, que venha ao conhecimento do CONTRATANTE após a assinatura do contrato;
- h) reproduo, divulgao ou utilizao, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execuo do contrato, sem consentimento prévio e expresso do CONTRATANTE.

25.8 - A declarao de inidoneidade será aplicada quando constatada m-f, ao maliciosa e premeditada em prejuízo do CONTRATANTE, atuao com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo ao CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

25.8.1 - A declarao de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administrao Pública será aplicada  CONTRATADA se, entre outros casos:

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

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

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

25.8.2 - A declarao de inidoneidade implica proibio da CONTRATADA de transacionar com a Administrao Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punio ou até que seja promovida a reabilitao, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sano aplicada.

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

25.9.1 - Da aplicao da sano de declarao de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administrao Pública caberá Pedido de Reconsiderao, no prazo de 10 (dez) dias úteis da intimao do ato.

25.9.2 - O recurso referente  aplicao de sanções deverá ser dirigido 

autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

- a) as multas e a advertência: pelo Titular do Órgão Demandante deste certame;
- b) suspensão do direito de licitar ou contratar com o CONTRATANTE: pelo Gestor Estadual.

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

25.11 - A aplicação das sanções previstas na minuta do contrato desta licitação não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados ao CONTRATANTE.

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

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

26 - REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

26.1 - 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.

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

26.3 - O pagamento será efetuado mediante depósito em conta corrente no Banco do Estado do Pará, conforme Decreto Governamental nº 877, artigos 1º e 2º, de 31 de março de 2008, a ser indicada pela licitante vencedora.

26.4 - Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao GEP 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.

26.5 - As Notas Fiscais/Faturas devem ser emitidas pelos Veículos e Fornecedores contra a licitante vencedora, e esta por sua vez emitirá Nota Fiscal contra a Secretaria de Comunicação, contendo histórico e descrição completa dos serviços prestados. Com exceção dos serviços de veiculação, cuja as Notas fiscais devem ser emitidas diretamente em nome da Secretaria de Estado de Comunicação.

27 - DURAÇÃO DO CONTRATO

27.1 - O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, com eficácia imediata, após a publicação do seu extrato, tendo início e vencimento em dias de expediente.

27.2 - O prazo supracitado poderá ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos até o limite total de 60 (sessenta) meses.

28 - DA GARANTIA CONTRATUAL

28.1 - O recolhimento da caução de garantia de execução e sua restituição obedecerão ao contido na Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações posteriores;

28.2 - O valor da caução de garantia de execução é de 0,5% (zero vírgula cinco por cento) sobre o valor global do termo do contrato para os primeiros 12 (doze) meses;

28.3 - A proponente vencedora, quando da assinatura do contrato, deverá apresentar comprovação de formalização da caução de garantia de execução, que servirá de garantia à fiel observância das obrigações contratuais;

28.4 - A caução de garantia de execução poderá ser efetuada mediante:

28.4.1 - Caução em Dinheiro ou em Títulos da Dívida Pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

28.4.2 - Carta de fiança bancária, sendo obrigatório que o prazo de validade da mesma seja, no mínimo, igual ao prazo de execução dos serviços acrescido de 90 (noventa) dias;

28.4.3 - Seguro-garantia de execução em apólice nominal ao contratante e emitida por seguradora brasileira ou autorizada a funcionar no Brasil, sendo obrigatório que o prazo de validade seja, no mínimo, igual ao prazo de execução dos serviços acrescido de 90 (noventa) dias;

28.4.4 - No caso da caução ser efetuada em dinheiro, esta deverá ser feita através de depósito identificado no Banco do Estado do Pará- BANPARÁ, em conta-corrente a ser informada no momento da assinatura do contrato (ANEXO 04);

28.4.5 - A devolução no caso da caução efetuada em dinheiro deverá ser solicitada através de processo geral, junto ao protocolo geral da Secretaria de Estado de Comunicação, e será devolvida no prazo de 05 (cinco) dias úteis após o protocolo do mesmo;

28.4.6 - Qualquer majoração do valor contratual obrigará a contratada a caucionar, nas mesmas modalidades dos itens anteriores, valor correspondente a 0,5% (zero vírgula cinco por cento) do valor da alteração ou alterar o valor do título de garantia de cumprimento no mesmo montante da majoração do contrato, que fará parte integrante da caução de garantia de execução. No caso de redução do valor contratual, poderá a contratada ajustar o valor da caução de garantia;

28.5 - No caso de inadimplemento das obrigações contratuais e/ou rescisão do termo de contrato por culpa da contratada, serão aplicadas as disposições constantes dos artigos 78 e 80 da Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores;

28.6 - A devolução da caução, ou o valor que dela restar dar-se-á mediante a apresentação de Termo de Recebimento Definitivo.

29 - DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1 - É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

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

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

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

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

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

29.7 - 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.

29.8 - Antes dos avisos oficiais de resultados desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

29.9 - Correrão por conta do GEP as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Estado na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

29.10 - Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela **CPL** desde que recebidos até cinco dias antes da data para a apresentação dos invólucros contendo as Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, protocolizada de segunda a sexta-feira, das 10h às 12h e de 14h às 17h, no endereço da Secretaria de Estado de Comunicação, na Av. Doutor Freitas, n. 2531 – Palácio do Governo, ou por e-mail: licitacao@secom.pa.gov.br

29.11 - Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos por escrito, ou pelo e-mail licitacao@secom.pa.gov.br , ressalvado que a CPL dará conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital.

29.12 - Independentemente de declaração expressa, a apresentação da proposta implica na aceitação plena e total das condições e exigências deste edital, na veracidade e autenticidade das informações constantes nos documentos apresentados e, ainda, na inexistência de fato impeditivo à participação da pessoa bem como de que deverá declará-los quando ocorridos durante o certame.

29.13 - Na contagem dos prazos estabelecidos neste edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário. Só se iniciam e vencem os prazos referidos em dia de expediente na CPL.

29.14 - Este edital e seus elementos constitutivos poderão ser obtidos na sede da CPL, mediante pagamento da importância de R\$ 200,00 (duzentos reais) efetuados através de depósito efetuado na conta corrente da Secretaria de Estado de Comunicação, Banco BANPARA, Agência 0015, Conta Corrente nº 188.102-7, de acordo com disposto no parágrafo quinto do art. 32 da Lei n. 8.666/93.

29.15 - Este edital também poderá ser obtido no site: www.secom.pa.gov.br

29.16 - Quaisquer esclarecimentos ou informações complementares sobre o presente certame poderão ser obtidos por escrito na sede da Secretaria de Estado de Comunicação, situada na Av. Doutor Freitas, n. 2531, Belém-PA, ou através do telefone (91) 3202-0917, durante o horário de 10h às 12h e de 14h às 17h.

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

29.18 - A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

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

29.20 - Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Subcomissão Permanente de Licitação

poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

29.21 - O presente Edital foi elaborado, examinado e aprovado pela Coordenação do Núcleo Jurídico da Secretaria de Estado de Comunicação, conforme Parecer n. 29/2016.

29.22 - Fica eleito o foro de Belém-PA, para dirimir qualquer dúvida no procedimento desta licitação.

Belém, 14 de abril de 2016.

JULIANA FRANCO TENAN
PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO 1

Briefing - Licitação para Agências de Publicidade

Crise: substantivo feminino singular

A palavra crise se tornou protagonista do vocabulário nacional de alguns anos para cá. Um vocábulo como este, pela própria acepção, somente se consagra quando deflagra preocupações – seja no corolário de quem o suscita, seja no imaginário de quem o compreende.

No cenário em que textos e contextos se conectam pela mesma aflição, a importância da crise se revela pelo sentido da palavra, propaga-se pela recorrente menção a ela e se materializa na percepção dos seus efeitos pela sociedade, feito ferida à flor da pele. É nessa conjuntura que o Brasil tenta ajustar-se e o Pará se destaca. O país diante da força endêmica do problema; o Estado pela prática de soluções que permitem enfrentá-lo.

Essa circunstância difícil, perigosa e decisiva da economia brasileira está na ordem de todos os dias: em noticiários e discursos; nos meios sociais e restritos, em veículos e plataformas de todos os tamanhos e linguagens; em artigos, análises, estudos e ponderações. Na mais plausível justificativa ou no mais falacioso argumento.

Seja evocada como motivo ou desculpa, a crise está aí e não há como negá-la. Ela frequenta o chão e o teto: é tema de economia doméstica e motivo de debate acadêmico; impacta a megaempresa e acua o microempreendedor; atrapalha os planos dos abastados e embaraça a vida dos humildes. Como dizem os mais jovens: a crise “causa”.

De tal modo que ninguém está alheio aos motivos, tampouco imune às consequências desse fenômeno. Todos são alvos da crise, feito espadachins vendados esgrimindo com um hábil inimigo invisível. Inclusive o Poder Público, encurralado no gerenciamento das finanças que os sustentam e movem, ou corroem e imobilizam.

Houve, porém, neste tempo, um lugar onde a crise não se criou de forma tão aguda. Este lugar é o Pará. As finanças regidas pelo Governo do Pará.

Este fato não torna a crise menos substantiva do que é. Tanto que o peso dela se impõe aos brasileiros dos quatro cantos, com maior ou menor impacto num lugar ou noutro. Maior onde há pluralidade das condições propícias, que vão da conjuntura nacional à má gestão local; menor onde houve uma singular resistência, garantida por estratégias acertadas de administração – como ocorre no Pará.

A palavra crise, definida por este substantivo feminino singular, no cenário atual se tornou maior em gênero, número e grau. Para a comunicação, guardiã da reputação do Governo do Pará, é hora de enfrentá-la com a mesma verdade e criatividade que marcou a resistência, alertando a sociedade sobre a necessidade de apertar os cintos para proteger conquistas, sem, no entanto, propagar pessimismo, tampouco dourar a pílula do otimismo.

Caberá às agências de publicidade que participam desta concorrência, dado o cenário, demonstrar capacidade de potencializar os valores da gestão para revelar a grandeza dos resultados, na dialética relação do Pará com a crise.

Resistência não é imunidade

Enquanto a saúde financeira do País se fragilizava pela crise, o Pará manteve o vigor. O Estado permaneceu no seleto grupo dos fieis cumpridores do ajuste fiscal, no rol restrito dos que fecharam ano a ano no azul, no pequeno pedaço do Brasil que ainda cresce e emprega. Surpreendentemente, exibiu uma capacidade de investimento que destoava do cenário nacional, pontuado por governos desmoralizados por folhas de pessoal impagáveis. Sobre este e outros temas correlatos, sugerimos a leitura das seguintes reportagens:

O Globo:

<http://oglobo.globo.com/economia/para-sera-unico-estado-sem-recessao-aponta-estudo-17779291>

IstoÉDinheiro:

<http://m.istoedinheiro.com.br/noticias/economia/20160310/para-contramao-crise/349402>

FolhadeSãoPaulo:

http://m.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1529622-endividamento-foi-reduzido-em-16-estados-desde-2010.shtml#_=_

ValorEconômico:

<http://mobile.valor.com.br/politica/4489868/para-governador-do-para-crise-e-da-sociedade>

FolhadeSãoPaulo:

<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/03/1754630-estados-registram-queda-de-nota-em-avaliacao-de-risco.shtml>

Em janeiro de 2011, quando a crise colocou as unhas de fora, o Pará vinha de um resultado primário negativo de R\$ 433 milhões e estava pendurado em um passivo trabalhista de R\$ 140 milhões. Com ajustes imediatos, o Governo do Estado do Pará terminou o primeiro ano de mandato livre do colapso financeiro, valorizando o esforço de arrecadação, a contenção do custeio, a prudência nos gastos com pessoal e a priorização de investimentos. Saiu do vermelho e fechou aquele ano com resultado primário positivo de R\$ 738 milhões.

Em 2012, o superávit saltou para R\$ 774 milhões, cinco vezes acima da meta pactuada com o Programa de Ajuste Fiscal. Repetiu-se a performance positiva em 2013, 2014 e 2015, quando a crise se aguçou e metade dos estados encerraram o ano devendo mais do que receberam, sem nenhum centavo para investimento, com gastos exorbitantes em pessoal e o peso dilacerante do custeio.

Já o Pará terminou o ano de 2015 com centenas de obras concluídas ou em andamento e distribuídas por todo o território paraense, entre as quais figuram desde o sistema de abastecimento de água em Marituba ao amplo leque de novos hospitais de média e alta complexidade. Em um decênio, contabilizam-se cinco grandes hospitais entregues (Metropolitano, Nova Santa Casa, Jean Bitar, Oncológico Infantil e Galileu) e um em construção (Novo

Abelardo Santos) na Região Metropolitana de Belém e mais seis grandes hospitais entregues (Regional Oeste, em Santarém; Regional Sudeste, em Marabá; Regional do Marajó, em Breves; Regional Transamazônica, em Altamira; Regional do Araguaia, em Redenção e Regional Leste, em Paragominas) e dois em construção (Itaituba e Castanhal).

Sem falar em obras há muito tempo esperadas, como as avenidas Independência, Perimetral e João Paulo II, o terminal hidroviário de Belém com lancha rápida ao Marajó, as Unidades Integradas do Propaz (UIPPs), as delegacias, as reformas e novas escolas com padrão, a nova PA-150, a reconstrução da ponte do Moju e as novas pontes sobre os rios Curuá (Alenquer), Capim e Igarapé-Miri, o Ginásio Poliesportivo de Belém (Mangueirinho) e de Santarém (em construção) e o centro de convenções em Marabá, para citar apenas algumas. Além dessas importantes obras, o Estado tem feito esforço para a continuidade e ampliação de programas sociais fundamentais para diminuir a pobreza e a desigualdade, tais como: Pro Paz, Cheque Moradia, CredCidadão e outros. Vivemos, então, no melhor dos mundos? Quem dera...

A continência do Pará não dissolve suas contradições. O Estado que habita o topo da balança comercial é o mesmo que amarga um profundo desequilíbrio social. O Estado da pujança mineral é castigado pela incoerência fiscal. O gigante da produção elétrica está no rabo da fila da compensação. Somos o que somos, não o que podemos ser. E isso, infelizmente, não depende de nós.

Portanto, se até aqui o Pará sobreviveu à crise isto se deu nos arredores de sua governança, no alcance das estratégias de gestão praticadas para enfrentá-la. Mas os reveses da economia nacional estão além dos nossos jardins e, por mais capricho que se tenha na semeadura, a tempestade é inevitável. Resistência não é imunidade. Não há como escapar dessa perversa endemia, que contamina e fragiliza as finanças públicas de cada unidade da federação e está pronta para acometer até quem se manteve vacinado – como o Pará.

Há, porém, como sobreviver a ela, desde que a lição de casa tenha sido feita, com rigor e responsabilidade, como fez o Pará, equilibrando-se no presente para dar o salto no futuro.

Juntos, vamos enfrentar a crise

Três verdades devem fundamentar o diálogo entre o governo do Pará e a sociedade, na construção e propagação de suas mensagens:

1. O Pará foi pródigo na resistência à crise.
2. O Pará não é imune à crise.
3. O Pará está preparado para enfrentar a crise, junto com você.

Equacionar estas verdades em argumentos plausíveis e incontestáveis é que fará a diferença, tanto quanto for maior a capacidade de compreendê-las.

Vimos que a crise existe, demonstramos que o Pará se defendeu, mas também assumimos que há limites para essa resistência, assim como há boas perspectivas de enfrentamento em função das estratégias de gestão adotadas, que, no entanto, limitam-se aos contornos da governança estadual.

O dever de casa foi bem feito - saneamento das finanças, precaução nos gastos e lisura na gestão. Mas o Pará já sente os sintomas do problema e o vetor desse contágio se hospeda no pacto federativo, que deveria equalizar a saúde financeira dos estados e municípios, sob a batuta da União, mas faz o contrário. Promove a dissonância entre todos, como se a federação fosse uma orquestra de músicos indisciplinados, cujo maestro, em vez de regê-la, caiu em coma.

Um dos fatores determinantes para o encolhimento paulatino da capacidade do Pará de reagir à crise é a perversa engenharia fiscal, tal como hoje se apresenta. A União reparte o bolo da arrecadação de forma desigual, reduzindo transferências obrigatórias, mas aumentando os deveres dos Estados e municípios. A parte que cabe aos estados, em cujos territórios se arrecadam esses impostos e onde é maior o peso das responsabilidades, é equivalente a menos da metade do que fica com a União. Pouca gente sabe dessa lógica, que integra o chamado Pacto Federativo. Ainda assim, este pedaço está esfarelado-se. As transferências federais vêm caindo vertiginosamente, em escala geométrica. Nessa equação federativa, por mais que arrecade impostos próprios, não há um Estado que não dependa, às vezes de forma visceral, dessas transferências federais.

No ano passado, os repasses da União ao Pará foram menores do que as transferências de 2014. A perda chega a R\$ 400 milhões, o equivalente a mais de R\$ 30 milhões por mês. A queda se acentuou em 2015 e não recuará em 2016. O crescimento da arrecadação própria já não será suficiente para atenuar essa lacuna. Há um teto para arrecadar, mas a profundidade do abismo em que caíram as receitas transferidas pode ser abissal.

Essa retração afeta diretamente o orçamento. As transferências federais correspondiam em 2010 a quase 40% e hoje representam apenas 33% do orçamento. As maiores quedas nas transferências aconteceram nos royalties hídricos, minerais e valores de compensação da Lei Kandir.

Justamente nos setores em que o Pará é credor da União, que deve ao Estado em torno de R\$ 30 bilhões derivados da prometida compensação pela desoneração de exportações. Ainda que o Senado, na definição do Marco Regulatório da Mineração, reveja as alíquotas do setor mineral, e mesmo que se tenha o otimismo de acreditar na elevação da fatia estadual, ainda assim, nada do que for decidido terá efeito imediato.

Para compensar suas perdas, o Pará abriu mão de elevar a carga tributária, como fizeram outros estados e como tenta fazer a União. Em vez disso, cortou gastos, diminuindo o tamanho da "máquina"; buscou receitas alternativas, como a Taxa Mineral; e reduziu alíquotas. No segmento das bebidas, por exemplo, em que a alíquota foi reduzida, a arrecadação aumentou 9,4%, enquanto o volume de vendas cresceu quatro vezes, demonstrando que a estratégia de aumentar a incidência do imposto tem melhor resultado do que castigar a sociedade com elevação da carga tributária.

Neste cenário, mesmo com a resistência estratégica do Estado, desenha-se para 2016 uma iminente dificuldade na manutenção do equilíbrio das contas públicas, uma latente corrosão da política de remuneração dos servidores estaduais (que desde 2011 tiveram um ganho real de cerca de 30%, com a elevação significativa do valor da folha de pessoal sem que houvesse inchaço de contratações) e uma inevitável fragilidade no vigor do investimento

público.

Em resumo: a resistência à crise foi heróica, mas não tem o condão de impedir a epidemia. Por outro lado, se as finanças do Estado não estão imunizadas, a gestão do Pará conseguiu pelo menos inocular na economia pública defesas próprias, que serão fundamentais agora para definir o futuro.

É preciso que a sociedade compreenda que houve uma resistência inteligente, semeando resultados para uma vitória futura. Essa resistência não se deu por valores subjetivos. Não é uma batalha de Leônidas contra Xerxes, movida pelo nacionalismo, usando aqui uma alegoria da História - embora a desigualdade de forças entre o poder de consagração da crise e a capacidade de resistência de uma unidade da federação seja equivalente ao exemplo.

O que houve, sim, foi uma resistência estratégica, fundamentada no exercício de alguns mandamentos da boa gestão pública: gastar com responsabilidade, arrecadar com criatividade e investir com eficiência.

O Pará real, sem vicissitudes

Dentre os exemplos da resistência estratégica do Pará à crise, está a opção por investimentos com resultados definitivos e não arranjos momentâneos, que efetivamente transformam a vida das pessoas. Pode-se listar a construção e recuperação de estradas e pontes, com gastos superiores a R\$ 1 bilhão; a consolidação da rede de hospitais regionais de média e alta complexidade, agora presente ou em vias de conclusão em todas as regiões do Estado; a recuperação da malha de arrecadação própria e o equilíbrio das contas; o redimensionamento da educação, com foco na qualidade e não na inauguração de placas.

Há, portanto, uma série de obras e serviços que dão suporte à sobrevivência no momento delicado de agora e promovem uma expectativa positiva para o futuro, sendo o Pará já reconhecido, fora das fronteiras nacionais, como um dos lugares mais promissores para investimentos, em função de sua localização estratégica e de seu potencial logístico.

Na mídia nacional, pontuam reportagens e citações a essa condição excepcional do Estado, que embora não esteja imune à crise que agora se consolida pela sua dimensão, tem a grandeza de uma gestão que soube preparar-se para o pior sem deixar de produzir obras e serviços.

Por isso, o futuro não é sombrio, embora preocupante. Boas perspectivas se abriram com assinaturas de dezenas de compromissos, como, por exemplo, o protocolo de intenções com a multinacional Vale e a argelina Cevital Groupe para a implementação de complexo siderúrgico de Marabá. Ou como o acordo fechado com as Centrais Elétricas do Pará (Celpa) para instalação de 17 quilômetros de cabos subaquáticos para levar energia firme e internet segura ao Marajó.

Comitivas de empresários da Alemanha, Japão, Argélia, Holanda, São Paulo e Rio Grande do Sul, dentre outros, vieram ao Estado com o propósito de firmar parcerias e investimentos nos setores produtivos e em infraestrutura e logística, além de estreitar os laços de cooperação internacional.

Além de tudo, o Pará persegue mudanças no modelo de desenvolvimento fundado na simples extração e exploração de recursos

naturais e para isso elegeu ações prioritárias. O investimento em pesquisa e desenvolvimento, capacitação técnica, melhoria dos métodos de produção e atração de novos negócios deve elevar o Produto Interno Bruto (PIB) paraense em R\$ 76 bilhões até 2030.

A estratégia de arrecadar mais e melhor, equilibrando as contas sem aumentar o endividamento, também se mostrou acertada. Há uma carta na manga para preservar a capacidade de investir. O Pará é hoje um dos estados com maior capacidade de endividamento, o que o credencia a contrair empréstimos em níveis nacionais e internacionais para investimentos em projetos nas mais diversas áreas para melhoria da qualidade de vida da população.

Os resultados do investimento estratégico, que em curto prazo muda para melhor a vida das pessoas e em longo prazo estabelece anteparos contra a crise, está em todos os setores. Na saúde, os gastos somaram em 2015 mais de R\$ 1,84 bilhão, embora os repasses federais tenham sido os piores do País. Na segurança, o governo investiu R\$ 2,35 bilhões, no ano passado, cultivando a cultura da paz por prevenção e repressão ao crime.

A inclusão de Belém na Rede de Cidades Criativas, na categoria Gastronomia, pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), no ano passado, contribui para fortalecer a imagem do Pará como polo turístico nacional e destino líder na Pan-Amazônia até 2020. O turismo não é um setor desprezível – muito pelo contrário. Ainda mais no Estado que se destaca como a obra-prima da Amazônia. Em 2015, mais de 1,1 milhão de turistas injetaram R\$ 736 milhões na economia local.

Isso se deve ao fato de que o Pará apressou o passo enquanto foi possível, para caminhar com segurança no território arenoso da crise. Levantamentos da mídia nacional demonstram que o governo já deu andamento a 50% dos compromissos de campanha em apenas um ano.

Somente os governadores do Pará, Maranhão, Rondônia, São Paulo e Pernambuco estão com esse índice de ações cumpridas no primeiro ano da nova gestão.

Estudos totalmente independentes atestam esse avanço. Um exemplo é a Pesquisa Anual da Confederação Nacional dos Transportes (CNT). A avaliação positiva (ótimo e bom) das condições das estradas paraenses saiu de 0,4% em 2011 para 23,3% em 2015. Nenhuma estrada paraense recebeu o conceito “péssima”, enquanto 21,7% das rodovias federais tiveram essa avaliação pelos critérios da CNT.

Os demais estados reduziram seus investimentos em 46%, enquanto o Pará manteve acesos seus canteiros de obras. Por isso, os indicadores da geração de empregos medidos pelo Ministério do Trabalho o colocaram em posição de destaque no ranking nacional da oferta de vagas. O índice de crescimento do emprego no Estado em 2014, alcançou 2,16%. Superou de longe a média nacional de 0,98% e foi quase três vezes a média regional de 0,93%.

É este o Pará que deve ser conhecido com intimidade pela sociedade. Não se trata de uma imagem batizada em *Photoshop*. É um Pará real, tão real quanto a crise que se nos impõe. Tão real quanto a capacidade de superá-la. Pronto e determinado a enfrentá-la, porque soube resistir e se preparar para vencê-la.

Orgulho de ser do Pará e demandas

Se de um lado o equilíbrio financeiro coloca o Pará em melhor situação que os demais Estados, por outro lado é forçoso reconhecer que o cenário de crise está longe de se dissipar. De acordo com analistas menos pessimistas, este ano está perdido e o próximo seriamente ameaçado, em termos de conjuntura nacional. Até para manter o equilíbrio, e como precaução adicional para o futuro próximo, o Governo do Estado lançou no final de março um pacote de corte de gastos da máquina administrativa, com o objetivo de economizar cerca de R\$80 milhões/ano.

A idéia é cortar agora para manter o estado funcionando bem e não por a perder todos os ganhos que colocam o Pará num patamar superior da boa administração. Isso é positivo para a sociedade, para quem não haverá corte nos serviços, mantidos em boas condições de funcionamento, nem nos atuais investimentos, que geram empregos, multiplicam oportunidades e melhoram e ampliam a oferta de serviços públicos.

Os dois lados, naturalmente, se chocam ao entrar na órbita da opinião pública. O bom desempenho do Estado, o equilíbrio financeiro, o primeiro lugar no ranking nacional da questão fiscal e a constante chegada de novos investimentos são notícias que enchem o peito de orgulho e o escaninho de demandas por aumentos salariais, contratações, novas obras, melhorias em todos os sentidos. Já o pacote de economia nos gastos aciona o botão de alerta, acionando em conjunto certo pessimismo, o sentimento negativo e mesmo desconfiança com os números positivos.

Traduzir essa dicotomia e mostrar à sociedade de que não existe contradição e nem, tampouco, inverdade, é o nosso problema de comunicação. Um desafio que teremos de vencer por meio de uma campanha em que, mais do que mostrar e apresentar o cenário e suas faces, busque uma nova aliança, um novo voto de confiança, parceria e trabalho conjunto.

A campanha

A Ideia Criativa da licitante nesta concorrência deve apresentar uma campanha institucional que explique o diferencial do Pará no enfrentamento do momento de crise e a importância da compreensão e da participação da população, em parceria com a gestão pública.

Deve estabelecer com a sociedade um diálogo franco, dando visibilidade ao que foi feito e o que nos reserva o futuro. E, sobretudo, deve mostrar ao cidadão que a sociedade é parte preponderante na busca de uma solução. Deve então buscar participação ativa do paraense no enfrentamento da crise que se aprofunda em todo o país.

Recentemente, o governador do Estado declarou, de forma sucinta, o momento: “O equilíbrio das contas públicas, bem como os resultados alcançados, que tem obtido inclusive reconhecimento nacional, não deve nos levar à ilusão de que podemos facilitar. Pelo contrário. São conquistas não apenas do governador ou mesmo do governo, mas sim de toda sociedade, as quais devemos preservar”. A campanha, portanto, deve levar em conta esse

ensinamento: as conquistas são resultados dos esforços de toda sociedade, que paga seus tributos e estes, por sua vez, fazem a máquina girar.

Esta parceria entre a sociedade, que financia a máquina pública, e o governo, que administra a aplicação desses recursos, permite hoje enxergar o Pará em perspectiva. É graças a ela que estamos a caminho da construção da estrada de ferro estadual, para consolidar nosso potencial logístico, baixar o custo Pará e atrair novos investimentos geradores de emprego e renda. É por causa dessa parceria que estamos virando protagonistas da economia verde, que preconiza o crescimento econômico sem destruição da floresta, a produção sem desmatamento, a preservação sem inércia. É por meio dela que estamos às portas para transformar o Pará no mais importante destino turístico da Pan-Amazônia, com reflexo direto na arrecadação gerada pela indústria sem chaminé. São muitos os exemplos, são muitas as conquistas.

O governo faz sua parte, administrando corretamente os recursos, priorizando investimentos, criando o ambiente para a atração de novos empreendimentos, trabalhando pela elevação da qualidade de vida da população e lutando contra a pobreza e a desigualdade, maiores adversárias do Estado e de sua gente. Esse momento de dificuldade pede ainda mais participação, ainda mais dedicação, ainda mais união dos paraenses para fortalecer os fundamentos que destacam o Pará e para não deixar a peteca cair e que o desânimo generalizado no país chegue também por aqui. É decisivo que se combata o pessimismo natural de quem convive com a crise, com notícias dia e noite de desemprego.

Que se estimule o trabalho, a entrega, a determinação, a criatividade, a produção, o ativismo. E da parte do funcionalismo público, que se tenha a compreensão do momento, do espírito público que deve prevalecer, da dedicação redobrada para que a sociedade, agora que mais precisa de serviços públicos, não venha a ser prejudicada. Pelo contrário, seja acolhida. É vital o incentivo para que os empreendedores continuem investindo, apostando, buscando novos nichos e oportunidades que, dizem, costumam surgir em meio às crises.

Que os estudantes estudem mais, dediquem-se mais, foquem ainda mais em seu futuro e na esperança de um futuro melhor para todos. A crise é sim real e dá indícios de que pode ser longa. O Pará, porém, tem uma vantagem a administrar, tomar fôlego e seguir em frente, superando a crise, com o governo e a sociedade lutando juntos, lado a lado. Assim se configura o desafio das agências que pretendem colaborar com o governo do Estado.

ANEXO 2

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

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

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência

Poderes

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

.....-.,.....de de 20.....

EMPRESA

CARGO E NOME

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

ANEXO 3
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 ao Governo do Estado do Pará, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará: ____ % (_____ por cento);

b) honorários, a serem cobrados do Governo do Estado do Pará, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolvam criação da agência e cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação: ____ % (_____ por cento);

c) honorários, a serem cobrados do Governo do Estado do Pará, incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização 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 de comunicação visual: ____ % (____ por cento).

d) repasse de 5%, para o Governo do Estado do Pará, sobre o “desconto de agência” pago pelos Veículos de Comunicação às Agências. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

..... -....., de.....de 20.....

(nome da licitante)

Representante legal

ANEXO 4
MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS ENTRE O ESTADO DO PARÁ, ATRAVÉS DA SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO, E AS EMPRESAS

.....

Concorrência nº.....

Contrato nº.....

CONTRATANTE: O ESTADO DO PARÁ, ATRAVÉS DA SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO com sede na _____, n.º ____, em _____, estado de _____, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º _____, neste ato representada por _____, portador da cédula de identidade RG n.º _____, expedida pela _____, inscrito no CPF(MF) sob o n.º _____, doravante designada CONTRATANTE.

CONTRATADA: (razão social da licitante vencedora), com sede na _____, n.º ____, na cidade de _____, estado de _____, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º _____, neste ato representada por _____, portador da cédula de identidade RG n.º _____, expedida pela _____, inscrito no CPF(MF) sob o n.º _____, doravante designada CONTRATADA.

CONTRATADA: (razão social da licitante vencedora), com sede na _____, n.º ____, na cidade de _____, estado de _____, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º _____, neste ato representada por _____, portador da cédula de identidade RG n.º _____, expedida pela _____, inscrito no CPF(MF) sob o n.º _____, doravante designada CONTRATADA.

CONTRATADA: (razão social da licitante vencedora), com sede na _____, n.º ____, na cidade de _____, estado de _____, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º _____, neste ato representada por _____, portador da cédula de identidade RG n.º _____, expedida pela _____, inscrito no CPF(MF) sob o n.º _____, doravante designada CONTRATADA.

CONTRATADA: (razão social da licitante vencedora), com sede na _____, n.º ____, na cidade de _____, estado de _____,

inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º _____, neste ato representada por _____, portador da cédula de identidade RG n.º _____, expedida pela _____, inscrito no CPF(MF) sob o n.º _____, doravante designada CONTRATADA.

CONTRATADA: (razão social da licitante vencedora), com sede na _____, n.º _____, na cidade de _____, estado de _____, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º _____, neste ato representada por _____, portador da cédula de identidade RG n.º _____, expedida pela _____, inscrito no CPF(MF) sob o n.º _____, doravante designada CONTRATADA.

CONTRATADA: (razão social da licitante vencedora), com sede na _____, n.º _____, na cidade de _____, estado de _____, inscrita no CNPJ(MF) sob o n.º _____, neste ato representada por _____, portador da cédula de identidade RG n.º _____, expedida pela _____, inscrito no CPF(MF) sob o n.º _____, doravante designada CONTRATADA.

As partes acima qualificadas resolvem celebrar o presente contrato para prestação de serviços de publicidade, a serem realizados sob o regime de empreitada por preço unitário objeto da Concorrência nº 01/2016, autorizada mediante ato homologatório constante da folha nº do referido processo, mediante os termos e condições a seguir:

1. LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 - O presente Contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 4.680/65, da Lei nº 8.666/93, com modificações posteriores e da Lei n.º 12.232/10.

1.2 - Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste Contrato e a ele se integram: o Edital da Concorrência 001/2016 e seus Anexos, bem como as Propostas apresentadas pelas **CONTRATADAS**.

2. OBJETO

2.1 - A presente contratação destina-se à prestação de serviços publicitários previstos no item 2.2.

2.2 - A prestação de serviços publicitários ora contratados, compreende:

a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;

b) planejamento e 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 - As **CONTRATADAS** atuarão 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”, “c” e “d”;

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 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por períodos iguais e sucessivos, nos termos do art. 57, inc. II da Lei n.º 8.666/93.

4. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 - As despesas decorrentes deste Contrato, nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ _____ (_____).

4.2 - As despesas referidas no item 4.1 correrão à conta dos recursos _____.

4.3 - Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação do Contrato, consignará

nos próximos exercícios, em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento das despesas previstas.

4.4 - 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 de cada **CONTRATADA**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

I - Operar com organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

II - Centralizar o comando da publicidade do **CONTRATANTE** no Município de Belém-PA, onde deverá ser mantida unidade administrativa para esse fim, sem prejuízo da utilização de outras dependências para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

III - Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possuem individualmente, em Belém-PA, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE**, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- 02 (dois) profissionais na área de atendimento;
- 01 (um) profissional na área de planejamento;
- 04 (quatro) profissionais na área de criação;
- 02 (dois) profissionais nas áreas de produção impressa e eletrônica;
- 01 (um) profissional na área de mídia.

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

V - utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante

comunicação formal ao CONTRATANTE.

VI - envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas, observando-se o seguinte:

a) pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação;

b) o disposto na alínea “a” deste item VI não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18, da Lei federal nº 12.232/2010;

c) o desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;

d) nenhuma das CONTRATADAS poderá privilegiar os planos de incentivo (Lei federal nº 12.232/2010, art. 18) em detrimento dos interesses do CONTRATANTE, seja preterindo veículos de divulgação que não os concedam, seja priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;

e) o descumprimento ao disposto na alínea “d” deste item VI constituirá grave violação aos deveres contratuais, submetendo à CONTRATADA infratora a processo administrativo que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

f) deverão ser sempre negociadas as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.1.1.1, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelo direito de autor e conexos, bem como em relação aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias do CONTRATANTE;

VII – no fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE, caberá a cada CONTRATADA observar as seguintes condições:

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

b) apresentar somente cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados na CONTRATANTE, aptos a fornecer bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato, nos termos do artigo 14 da Lei federal nº 12.232/2010;

c) apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados na CONTRATANTE que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

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

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

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

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

X- Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores quando o fornecimento de bens ou serviços.

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

XI – Cada CONTRATADA informará, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

XII - As disposições dos itens VII a XI desta cláusula não se aplicam à compra de mídia;

XIII – a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, deverá ser submetida à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE;

XIV – é vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas que:

a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

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

XV – as despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, a veiculação ou quaisquer outras despesas relacionadas com este Contrato dependem de prévia aprovação e autorização, por escrito, do CONTRATANTE;

XVI – a reserva e compra de espaço ou tempo publicitário de veículos dependerá de expressa autorização por parte CONTRATANTE.

XVII – cada CONTRATADA deverá encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para este:

a) TV e Cinema: cópias em CD, e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

b) Internet: cópias em CD;

c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

XVIII – quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD,

XIX – compete, também, a cada CONTRATADA:

a) manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no item XVII;

b) orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.

XX - o material a ser utilizado na distribuição, referido na alínea “b” do item XIX desta cláusula, só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no item XVII;

XXI – constituem, igualmente, obrigações de cada CONTRATADA:

a) tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos, bem como os honorários pelos serviços realizados até a data das referidas ocorrências, desde que estas não tenham sido causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados;

b) não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização;

c) prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam o seu nome, independentemente de solicitação;

d) não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira;

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

f) cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa;

g) observar e respeitar a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados;

h) responsabilizar-se por todos os tributos que forem devidos em decorrência da execução do objeto deste Contrato, pelas contribuições devidas à Seguridade Social, por encargos trabalhistas, por prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, pelos encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se

fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;

i) responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;

j) apresentar, quando solicitada pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;

k) executar todos os contratos firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE;

l) manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE;

m) responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato;

n) responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE;

o) 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;

p) adotar, no caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, as providências necessárias no sentido de preservação do CONTRATANTE, mantendo-o a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não logrando êxito, reembolsá-lo das importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do respectivo pagamento;

q) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionada com os serviços objeto deste contrato;

r) manter em carteira os títulos originados pelos serviços executados, sendo vedada as suas negociações junto a estabelecimento financeiro. Se da infringência deste dispositivo advier protestos do título, a CONTRATADA obriga-se a efetuar às suas expensas o respectivo cancelamento, no prazo de 5 (cinco) dias, contados da data da emissão do correspondente instrumento cartorário.

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, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte 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;

6.1.7 - Permitir acesso dos funcionários da **CONTRATADA** às suas dependências para promover reuniões com os interlocutores responsáveis pela gestão da comunicação e para entrega de serviços e produtos;

7. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.2 - Serão nomeados um fiscal titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas, os quais terão poderes, entre outros, para expedir notificação objetivando a imediata correção das irregularidades, sem prejuízo da imposição das sanções que se mostrarem cabíveis.

7.3 - O planejamento e a execução das ações de publicidade deverão ser coordenados e aprovados no âmbito da Secretaria de Estado de Comunicação.

7.4 - A fiscalização, por parte do CONTRATANTE, em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva de cada uma das CONTRATADAS pela perfeita execução dos serviços que lhes forem atribuídos.

7.5 - A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilatação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.

7.6 - Cada uma das CONTRATADAS adotará, nos serviços que lhes forem atribuídos, as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o CONTRATANTE.

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

7.8 - A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime nenhuma das CONTRATADAS das obrigações previstas neste contrato.

7.9 - As CONTRATADAS permitirão e oferecerão 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.

7.10 - As CONTRATADAS se obrigam a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados por meio de ordem de serviço.

7.11 - Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado por cada uma das CONTRATADAS.

7.12 - O CONTRATANTE avaliará quando lhe for conveniente os serviços prestados, observando-se o seguinte:

a) A avaliação será promovida pelo CONTRATANTE objetivando apurar a necessidade de correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados por cada uma das CONTRATADAS; decidir sobre a prorrogação de vigência da avença ou sua rescisão; bem como fornecer, quando solicitado por qualquer delas, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

b) Caso seja realizada avaliação de desempenho individual, uma cópia será encaminhada ao fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

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 que envolva criação da agência e 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 de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização 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 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 Pará, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA**.

8.1.3.1 - No caso de serviços da Contratada para produção de trabalhos em vídeo que venham a ter veiculação de mídia, que gerem desconto de agência concedido pelos veículos, não haverá cobrança de custos internos da agência licitante.

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

8.2 - A **CONTRATADA** não fará jus a honorários 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 - A agência reverterá a **CONTRATANTE** a parcela de 5 % (cinco por cento) do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, conforme o estabelecido no ANEXO “B” – Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios do item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão.

9.3 - 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 ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste Contrato.

10.1.1 - O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas 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.

10.2.1.1 - Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela **CONTRATANTE** em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 60% (sessenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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

ano da cessão original dos direitos.

10.3 - 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 arquivos digitais e em DVD.

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.

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

11. LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

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

I - a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do **CONTRANTE**, CNPJ nº 05.575.916/0001-93, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente do Banpará em nome da **CONTRATADA**;

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

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

11.2 -. Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE, no seguinte endereço: Av. Doutor Freitas nº 2531, Marco, CEP 66087-810 Município de Belém – Pa.

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

11.4 - A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo de cada uma das CONTRATADAS:

I - serviços executados pela CONTRATADA:

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

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

II – serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

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

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

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.7; ou a declaração de veículos e documentos referentes ao item 11.8.

11.5 - As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea “a” do inciso II do subitem 11.4.

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

11.7 - No tocante à veiculação, além do previsto na alínea “d” do inciso II do subitem 11.4, a CONTRATADA incumbida dos serviços fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I – Revista e jornal: exemplar original com o anúncio; cópia de parecer ou qualquer manifestação de empresa independente de auditoria credenciada pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, que ateste a tiragem e distribuição desse exemplar. Na falta dessa auditoria, deve ser fornecida prova de tiragem por meio de declaração/certidão emitida, sob a égide do art. 299 do Código Penal Brasileiro, pelo veículo responsável pela edição específica em que foi publicado o anúncio, informando a respectiva tiragem, redigida pelo representante legal do veículo, identificada no expediente da revista ou jornal.

II - Demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente de auditoria, se não restar demonstrada, nos termos dos itens XVIII ou XIX da Cláusula Quinta, perante o CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.8 - Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos itens XVIII e XIX da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

I.a) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica

ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste item.

I.b) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.a deste item, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II - Mídia Exterior:

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

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

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

11.9 - As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do item 11.10 serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.10 - A CONTRATADA deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da

União e certidões negativas de débitos expedidas pelo Estado e Município, se:
I – não estiver cadastrada no SICAF;
II – sua situação no SICAF apresentar documentação obrigatória vencida.

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

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

11.13 - O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte de qualquer das CONTRATADAS, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.14 - O CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido por qualquer das CONTRATADAS, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.15 - Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA incumbida da realização dos serviços em até 10 (dez) dias após a compensação do depósito bancária efetuado pela CONTRATANTE na agência bancária pagadora.

11.16 - A CONTRATADA incumbida da realização dos serviços informará os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada pagamento, via depósito bancário, realizado pelo CONTRATANTE e encaminhará relatório em até 10 (dez) dias, após o prazo estipulado no 11.15.

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

11.18 - O não cumprimento do disposto nos itens 11.19 e 11.20 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA que deixou de cumprir os aludidos itens, até que seja resolvida a pendência.

11.19 - Não solucionada a pendência no prazo de 10 (dez) dias, contado da notificação do CONTRATANTE, ficará caracterizada inexecução contratual.

11.20 - Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.18 o CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Terceira, poderá optar pela rescisão deste contrato em relação à CONTRATADA que não cumpriu com sua obrigação e/ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

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

11.22 - Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, por qualquer das CONTRATADAS, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

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

11.24. Os pagamentos serão feitos por meio do Banco do Estado do Pará – BANPARA.

12 – GARANTIA DE EXECUÇÃO DO CONTRATO:

12.1 - Será exigida do licitante vencedor a prestação de garantia no percentual de 0,5% (meio por cento) do valor do Contrato, podendo o licitante optar por uma das modalidades previstas na Lei 8.666/93.

12.2 - Para qualquer uma das modalidades de garantia, previstas nos art. 56, § 1º, da Lei 8.666/93 que o licitante vencedor vier a optar, esta deverá ser efetivada em nome do ÓRGÃO LICITANTE, podendo ser feita, conforme o caso, em instituição bancária, estabelecimento de crédito ou companhia seguradora e entregue a correspondente via de comprovante de depósito, carta ou apólice, no ato da assinatura do Contrato. Não será permitida a combinação de duas ou mais formas de garantia.

12.3 - Caso o licitante opte por depósito bancário, deverá depositá-lo em nome da Secretaria de Estado de Comunicação, na Conta Corrente n.º_____, Agência n.º_____, do Banpará.

13. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 - 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 o (Governo, Prefeitura, Entidade) 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.

13.2 - 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.

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

13.4 - 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 n.º 8.666, de 1993.

13.5 - 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.

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

14. RESCISÃO

14.1 - O presente Contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.

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

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

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

14.5 - A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte 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.

15. DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 - A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Auto-regulamentação 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.

15.2 - A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Estado do Pará, às suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

15.3 - O presente Contrato poderá ser denunciado e, em consequência, encerrado unilateralmente pela **CONTRATANTE**, após decorridos 180 (cento e oitenta) dias de sua vigência, mediante notificação por escrito à **CONTRATADA**, com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias.

15.4 - 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.

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

16. CASOS OMISSOS

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

17. FORO

17.1 - As questões decorrentes da execução deste Contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Belém, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justas e acordadas, assinam o presente Contrato em duas vias de igual teor e forma.

Belém-PA, ___ de _____ de 2016

SECRETÁRIO DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

CONTRATADA

CONTRATADA

CONTRATADA

CONTRATADA

CONTRATADA

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1. _____

2. _____

ANEXO 5
DECLARAÇÃO DE SOLVÊNCIA FINANCEIRA

(nome _____ /razão _____ – _____ social)
_____ inscrita no CNPJ
nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a)
Sr(a) _____, portado(a) da
Carteira de Identidade nº _____ e CPF nº
_____, **DECLARA**, sob as sanções administrativas cabíveis
e sob as penas da lei, possui total solvência financeira, a fim de garantir e dá
sustentabilidade a execução fiel do objeto do contrato.

Belém, _____ de _____ de _____.

ANEXO 6

DECLARAÇÃO SOBRE TRABALHO DO MENOR, NA FORMA DO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CONSTITUIÇÃO

DECLARAÇÃO

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

(se for o caso acrescentar texto a seguir)

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

Local e data

ANEXO 7
PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA

**PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO
INTERNA ENTRE AS AGÊNCIAS DE
PROPAGANDA CONTRATADAS PELO
GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ NO
ÂMBITO DO CONTRATO 001/2016.**

A SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO – SECOM, do GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ, institui, por meio deste documento, em conformidade com art. 2º, § 4º da Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, os procedimentos de seleção interna entre as Agências de Publicidade, contratadas no âmbito do contrato 001/2011.

1. A SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO – SECOM, por intermédio da Diretoria de Publicidade e Marketing, realizará seleção interna, entre as Agências contratadas, para o desenvolvimento de ações e/ou campanhas publicitárias com investimento em produção e mídia, a partir de R\$2.000.000,00 (dois milhões de reais).

- No caso de ações e/ou campanhas publicitárias com investimento em produção e mídia inferior a R\$2.000.000,00 (dois milhões de reais), a Diretoria de Publicidade, Propaganda e Marketing poderá realizar o procedimento de seleção interna, caso julgue necessário.

2. A Diretoria de Publicidade, Propaganda e Marketing poderá dispensar o procedimento de seleção interna nas seguintes situações:

- a hipótese de a ação decorrer de iniciativa de uma das Agências;
- reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente;
- situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação;

3. A DIRETORIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E MARKETING convocará as Agências, por meio de ofício ou por mensagem eletrônica ou por telefone, para participarem da seleção interna.

4. O briefing da ação e/ou campanha, contendo todos os subsídios para que as Agências possam elaborar sua proposta de solução para a necessidade de comunicação da SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO – SECOM, do GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ, será repassado às Agências de Publicidade, em reunião realizada com essa finalidade.

5. O prazo, a ordem e a forma de apresentação das propostas serão acordados no dia do repasse do briefing e registrados na ata da reunião.

6. As Agências deverão entregar e/ou apresentar na data estipulada, o material produzido, com o descritivo da ação e/ou campanha e peças publicitárias.

7. O prazo de conclusão da avaliação será informado a cada seleção, de acordo com a necessidade da SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO – SECOM, do GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ.

8. As propostas de ações e/ou campanhas serão avaliadas por uma subcomissão julgadora, composta por profissionais indicados pela DIRETORIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E MARKETING.

8.1 A subcomissão julgadora poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas Agências sejam integradas ou compartilhadas para aperfeiçoar a ação de comunicação publicitária ou viabilizar a sua execução, cabendo a SECRETARIA DO ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO PARÁ, a decisão e a definição da forma de participação das Agências.

9. A metodologia de avaliação das ações e/ou campanhas será composta por quesitos que receberão notas de 0 (zero) a 10 (dez), conforme os pesos a seguir:

- Raciocínio Básico – o grau de entendimento e compreensão do briefing (peso 1).

- Estratégia de Comunicação Publicitária – a adequação do tema e conceito propostos; a consistência da defesa do tema e conceito propostos; a riqueza de desdobramentos que o tema e conceito possibilitam; a adequação da estratégia de comunicação; a consistência da defesa da estratégia de comunicação; a adequação da estratégia de comunicação com a verba disponível, de acordo com cada ação, na forma da campanha específica de comunicação publicitária (peso 2).

- Idéia Criativa – a adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a adequação da proposta aos públicos-alvo; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos; a pertinência às

atividades da SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO – SECOM, DO GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ; os desdobramentos que permite; a exequibilidade das peças; a compatibilidade das peças aos meios propostos (peso 4).

- Comunicação dos públicos-alvo; a consistência do plano simulado; a pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação; a otimização dos recursos nos meios recomendados; a criatividade em mídia (peso 3).

10. O resultado será informado por meio de ofício ou por mensagem eletrônico ou por telefone às Agências de Publicidade participantes da seleção.

11. Não caberão às Agências participantes a apresentação de recurso da decisão que julgar seleção.

12. Este procedimento vigorará como parte integrante do contrato ____/2016. Belém (PA), ____ de ____ de 2016.

MAURO SÉRGIO DO SOUTO LIMA
DIRETOR DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E MARKETING

O SECRETÁRIO DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO, do GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ aprova o presente procedimento de seleção interna entre as Agências de Publicidade, contratadas no âmbito do contrato 001/2016.

Belém (PA), ____ de ____ de 2016.

DANIEL NARDIN TAVARES
SECRETÁRIO DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO