



GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2011

- ORIGEM DA LICITAÇÃO: SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
- MODALIDADE: CONCORRÊNCIA Nº 01/2011
- 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 ENVELOPES: Rodovia Augusto Montenegro s/n, Palácio dos Despachos, Belém-PA
- DATA DE ABERTURA: 29/04/2011
- HORA DE RECEBIMENTO DOS ENVELOPES: 10h às 10h30
- HORA DE ABERTURA DOS ENVELOPES: 10h30

A SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ faz saber aos interessados que a Comissão Especial de Licitação, nomeada pelo o Ato nº 023/2011 devidamente publicado no Diário Oficial do Estado do Pará, 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;

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 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, 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” e “c”;

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.

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.

3 - GLOSSÁRIO

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

- 1. CONTRATANTE:** O 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. CEL:** Comissão Especial de Licitação, que realizará os procedimentos de recebimento de envelopes, habilitação e julgamento das propostas técnicas e comerciais referentes a esta licitação;
- 6. GEP:** Governo do Estado do Pará;
- 7. DOE:** Diário Oficial do Estado, jornal impresso pela Imprensa Oficial do Estado;
- 8. SUBCOMISSÃO TÉCNICA:** responsável pela análise das propostas técnicas.

4 – DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. 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.

4.2 - 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.

4.3 - A licitante que quiser se fazer representar nesta Concorrência deverá entregar à CEL, juntamente com os envelopes colados, PROCURAÇÃO PÚBLICA ou original ou cópia autenticada de PROCURAÇÃO PARTICULAR, com firma reconhecida em cartório, onde se constate a outorga de poderes para o mandatário representar a licitante nesta licitação. Quando o representante for o titular da empresa, deverá entregar o original ou cópia autenticada do documento que comprove tal condição, **CONFORME DISPOSTO NO ANEXO 2**.

4.3.1 - No caso de procuração particular, esta deverá vir acompanhada de documentação que comprove tanto a titularidade do outorgante quanto que este detém poderes para outorgar procuração, nela constando, inclusive, poderes ao preposto para desistir de interposição de recursos, **CONFORME DISPOSTO NO ANEXO 2**.

4.3.2 - A falta de indicação do credenciamento supra impedirá a licitante de se manifestar durante as sessões públicas.

4.4. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este edital diante de eventuais irregularidades, devendo protocolar o pedido na sede da CEL até 05 dias úteis antes da data fixada para abertura dos envelopes de habilitação, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei nº 8.666/93.

4.5 - A licitante poderá impugnar os termos deste edital, bem como apresentar pedido de esclarecimento até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação.

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

5 – DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

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

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

a) Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**: envelope n.º 1. **ESTE ENVELOPE SERÁ FORNECIDO PELA CEL;**

b) Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**: envelope n.º 2;

c) Demais informações integrantes da Proposta Técnica: envelope n.º 3.

5.1.1.1 – A PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA NÃO IDENTIFICADA, deverá conter: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Este envelope **NÃO PODERÁ TER NENHUMA IDENTIFICAÇÃO NA PARTE EXTERNA**, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do envelope n.º 2.

5.1.1.1.2 - A CEL só aceitará o **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA NÃO IDENTIFICADA** se estiver acondicionado no envelope n.º 1, fornecido pela CEL.

5.1.1.1.3 - O **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA NÃO IDENTIFICADA** deverá ser redigido em língua portuguesa, com exceção feita a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e elaborado da seguinte forma:

- em papel A4, branco;
- com espaçamento de 2cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos.
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único de até 30 páginas;
- sem identificação da licitante.

5.1.1.1.3.1 - As especificações do subitem 5.1.1.1.3 aplicam-se, no que couber, ao subquesto “Idéia Criativa”.

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

5.1.1.1.5 - O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA NÃO IDENTIFICADA não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.

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

5.1.1.1.7 - O envelope n.º 1, deverá ser retirado pelas licitantes no seguinte endereço: Rodovia Augusto Montenegro, s/n, Palácio dos Despachos, das 09:00h às 12:00h e das 14:00h as 17:00h, a partir do dia 11/03/2011, procurar Ana Alcidia Sampaio da Silva – Fone 3202-0924.

5.1.1.2 - O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA IDENTIFICADA deverá ser apresentado no envelope n.º 2, assim devidamente identificado, mediante aposição de etiqueta, conforme abaixo:

À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO
DO PARÁ
ÓRGÃO/ENTIDADE: SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
CONCORRÊNCIA N.º 01/2011
ENVELOPE N.º 2
PROPOSTA TÉCNICA: Plano de Comunicação Publicitária
VIA IDENTIFICADA: (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação
Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia)
Razão Social da Licitante:
CNPJ/MF:

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

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

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

À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO
DO PARÁ

ÓRGÃO/ENTIDADE: SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
CONCORRÊNCIA N.º 01/2011

ENVELOPE N.º 3

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

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

5.1.1.5.1 - O envelope n.º 3 será providenciado pela licitante, e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

5.1.1.5.2 - O envelope n.º 3 e os documentos nele condicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada** e que permita a identificação de sua autoria, antes da abertura do envelope n.º 2.

5.1.2 - A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no envelope n.º 4 , assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO
DO PARÁ

ÓRGÃO/ENTIDADE: SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
CONCORRÊNCIA N.º 01/2011

ENVELOPE N.º 4

PROPOSTA DE PREÇOS

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

5.1.2.1 - O envelope n.º 4 será providenciado pela licitante e deverá ser inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

5.1.2.2 - A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel timbrado da licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras, conforme modelo do ANEXO 3, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

6 - DO CONTÉUDO DA PROPOSTA TÉCNICA (Envelopes 1, 2 e 3)

6.1 - A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos:

6.1.1 - Plano de Comunicação Publicitária: a licitante apresentará Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no Briefing (**Anexo 1** deste Edital), o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

6.1.1.1 - Raciocínio Básico: texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing, principalmente sobre o problema específico de comunicação do GEP;

6.1.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em que a licitante:

a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação do GEP;

b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

6.1.1.3 - Idéia Criativa: a licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o problema específico de comunicação, por meio de Síntese da proposta conceitual contida na Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma marca publicitária e uma redução de mensagem que pode ou não assumir a forma de um slogan, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentadas sob a forma de textos e roteiros digitados, como spots, jingles ou comerciais de TV. Poderão, ainda, ser anexados layouts de anúncios, peças gráficas, outdoors, story boards de comerciais para TV limitados a uma peça para cada um dos seguintes meios: Jornal, Revista, Cartaz, Folder, Rádio, TV, Outdoor, Website.

6.1.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia – constituída de:

a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará a capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas, gráficos e planilhas) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios do GEP;

b) simulação de plano de distribuição de todas as peças de que trata a alínea “a” do subitem 6.1.1.3, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

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

6.1.1.4.2 - No caso de Não Mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

6.1.1.4.3 - Na simulação de que trata a alínea “b” do subitem 6.1.1.4.:

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

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65;

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

6.1.2 - Capacidade de Atendimento: textos em que a licitante apresentará:

a) relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

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

c) as instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

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

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

6.1.3.1 - Poderão ser apresentadas até 10 (dez) peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça.

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

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

6.1.3.4 - As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo GEP.

6.1.3.5 - As peças que constituem o **repertório** estão limitadas a 03 (três) para cada uma das mídias de veiculação selecionadas pela licitante, como as mais representativas de suas características, observado o limite total fixado no subitem 6.1.3.1.

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

6.1.4.1 - Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo GEP.

6.1.4.2 - É permitida a inclusão de até 03 (três) peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

6.2 - A critério do GEP, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras poderão ou não virem a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

7 – DA REMUNERAÇÃO E DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1 - 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.

7.1.2. 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 Estado do Pará, que decidirá quanto à sua aprovação.

7.1.3. 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:

7.1.3.1. 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. Excetuam-se 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.

7.1.3.2. Pela taxa de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção/suprimentos/serviços realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual das Agências contratadas, e sob sua supervisão técnica;

7.1.3.3. Pela taxa de 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento;

7.1.3.4 - Pelos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará.

7.2 - A política de negociação:

7.2.1 - 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 7.1.3.2., 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;

7.2.2 - 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 7.1.3.3., variando entre o percentual de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimentos externos;

7.2.3 - O critério de apropriação e repasse de custos internos da Contratada para o Governo do Estado do Pará em percentual não superior a 50% dos preços constantes da Tabela de Custos Internos, item 7.1.3.4., emitida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará.

7.2.4 - 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;

7.2.5 - 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;

7.2.6 - 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.

7.3 - Haverá repasse de 5%, para o Governo do Estado do Pará, sobre o “desconto de agência” (item “d” supra) 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

7.3.1 - 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.

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

8 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

8.1 - Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços apresentarão os documentos relativos à habilitação, consistentes em:

8.1.1 - Habilitação Jurídica

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

b) inscrição do ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas. No caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

8.1.2 - Regularidade Fiscal

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ(MF);

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativa à 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 Débito expedida pela Secretaria de Finanças (ou órgão equivalente no Município) do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) Certidão Negativa de Débito expedida pela Secretaria de Finanças (ou órgão equivalente no Estado) do Estado em que estiver localizada a sede da licitante;

f) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND, em vigor na data de apresentação dos documentos de habilitação;

g) Certificado de Regularidade de Situação junto ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, em vigor, na data de apresentação dos documentos de habilitação;

h) 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 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (Quatorze) anos, assinado pelo representante legal da empresa ou preposto devidamente designado.

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

8.1.4 - 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;

b) Comprovante de registro ou inscrição da 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 8.666.

c) Declaração de 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.

d) Declaração de possibilidade operacional em Belém, Pará, subscrita por representante legal da empresa.

e) Declaração de boa situação financeira, conforme modelo no Anexo V.

8.1.5 - Qualificação Econômico – Financeira

a) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

b) certidão negativa de falência, concordata, e recuperação judicial, expedida pelo distribuidor da sede do licitante;

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:

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

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

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

8.1.6 - 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; e
- c) não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

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

9 - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1 - As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes n.ºs 1 e 3, de caráter público.

9.2 - A **CEL** receberá os envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, no local, dia e horário determinados neste Edital.

a) Os envelopes n.º 1, fornecidos pela **CEL**, somente serão por ela recebidos se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

b) A **CEL** não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados não identificados que contenham o Plano de Comunicação Publicitária (envelope n.º 1).

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

9.4 - Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, prevista na cláusula 9, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

9.4.1 - Plano de Comunicação Publicitária.

9.4.1.1 - 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.

9.4.1.2 - 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.

9.4.1.3 - 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.

9.4.1.4 - 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.

9.4.2 - 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:
 - um profissional na área de atendimento;
 - um profissional na área de planejamento;
 - uma dupla de profissionais na área de criação;
 - um profissional nas áreas de produção impressa e eletrônica;
 - 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.

9.4.3 - Repertório:

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

9.4.4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

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

9.5 - A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 80 (oitenta) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

a) Plano de Comunicação Publicitária – **60 (sessenta) pontos**

- 1) Raciocínio Básico: Máximo de **10 (dez) pontos**
- 2) Estratégia de Comunicação Publicitária: Máximo de **15 (quinze) pontos**
- 3) Ideia Criativa: Máximo de **25 (vinte e cinco) 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 **05 (cinco) pontos**

d) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: Máximo de **05 (cinco) pontos**

9.5.2 - 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 80 (oitenta) pontos.

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

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

9.5.2.3 - Divulgada a classificação da Proposta Técnica, serão designados, em publicação no Diário Oficial do Estado do Pará, dia e hora para abertura dos envelopes nº 03 contendo as Propostas Comerciais das Licitantes classificadas tecnicamente.

10 - DA VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

10.2 - Será atribuído um total de 20 (vinte) pontos como Nota de Preço à proposta que ofertar o maior desconto no somatório dos itens 10.2.1., 10.2.2. e 10.2.3. do presente Edital, como se segue:

10.2.1 - 08 (oito) pontos para a Agência Licitante que der o máximo desconto nos honorários incidentes sobre o custo junto a fornecedores especializados em produção, suprimentos e serviços externos, até o limite de 5% (cinco por cento), nos termos do desconto permitido no item 7.1.1.1. Para outras propostas, será concedida a fração de 1,6 ponto (um quinto da máxima pontuação) para cada 1% (um por cento) de redução nos honorários dos 15% (quinze por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto;

10.2.2 - 08 (oito) pontos para a agência que der o máximo desconto nos honorários incidentes sobre o custo junto a fornecedores especializados em produção, suprimentos e serviços externos, quando a responsabilidade da mesma limitar-se, exclusivamente, à contratação ou pagamento da produção, serviço ou suprimento, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto, nos termos do item 7.1.1.2. Para as demais propostas será concedida a fração de 1,6 ponto (um quinto da máxima pontuação) para cada 1% (um por cento) de desconto de redução nos honorários dos 10% (dez por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto;

10.2.3 - 04 (quatro) pontos para a proposta que apresentar 50% (cinquenta por cento) de desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará; 02 (dois) pontos para a proposta que ultrapassar 25% (vinte e cinco por cento) de desconto, e 01 (um) ponto até os primeiros 25% (vinte e cinco por cento) de desconto, limitado o desconto a 50% (cinquenta por cento) do valor da referida tabela.

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

10.2.5 - 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.

10.2.6 - 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.

10.3 - Da Nota Final:

10.3.1 - A Comissão 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:

NF = Nota Final da Proposta Técnica + Nota de Preço

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

10.3.3 - 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, Idéia 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.

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

10.4.1 - 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 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 e passará a compor o processo da licitação.

10.5 - 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 colocada com o Grupo 1, a segunda colocada com o Grupo 2, a terceira colocada com o Grupo 3, a quarta colocada com o Grupo 4, a quinta colocada com o Grupo 5 e a sexta colocada com o Grupo 6.

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 comercial.

11 - DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1 - A Subcomissão Técnica será constituída por três membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma destas áreas, sendo que, no mínimo, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o GEP.

11.2 - A escolha dos membros da Subcomissão Técnica se dará por sorteio, realizado em sessão pública, cuja data, local e hora serão divulgados com antecedência, pela CEL.

11.2.1 - O sorteio será realizado entre os nomes de profissionais previamente cadastrados, que comporão uma lista que será publicada na imprensa oficial, com prazo mínimo de 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.2.2 - A lista a que se refere o subitem 11.2.1, deverá ter, no mínimo, nove nomes, dos quais três não podem manter vínculo algum com o GEP.

11.2.3 - Até 48 (quarenta e oito) horas antes do sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa constante da relação publicada, desde que tenha fundamentação jurídica para tanto.

11.2.4 - O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o GEP.

12 - DOS PROCEDIMENTOS GERAIS

12.1 - À exceção do julgamento das Propostas Técnicas (envelopes 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 **CEL**.

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

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

12.1.3 - Os representantes das licitantes presentes poderão indicar uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

12.1.4 - A **CEL** 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.

12.1.5 - 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.

12.1.6 - Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a **CEL** ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

12.1.7 - A **CEL** poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

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

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 5.2;

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

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

d) abrir os envelopes nº 1 e 3.

12.3 - Em ato contínuo, a **CEL** encaminhará os envelopes n.ºs 1 e 3, que compõem a Proposta Técnica, para análise e julgamento pela Subcomissão Técnica.

12.3.1 - 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.

12.3.2 - 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;

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

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

12.4 - De igual forma a Subcomissão Técnica procederá com relação aos materiais contidos no envelope n.º 3, encaminhados à **CEL** de forma idêntica à indicada no subitem 12.3.4

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

a) abertura dos envelopes 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 (envelope n.º 1 + envelope 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.

12.6 - 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 envelopes n.º 4, em sessão pública, contendo a Proposta de Preços.

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

a) abertura dos envelopes n.º 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da **CEL** e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por elas indicada;

b) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital, para elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;

c) 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.

12.8 - 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.

12.9 - No local, data e hora estabelecidos, a **CEL**, em sessão pública, receberá os envelopes n.º 5, contendo os Documentos de Habilitação, e os abrirá, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente Edital.

12.10 - 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 envelopes n.º 5 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquela(s) que tenha(m) os Documentos de Habilitação satisfatórios.

12.11 - 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.

12.12 - 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.

12.13 - Os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas ficarão à disposição das mesmas por 30 (trinta) dias contados da data de encerramento da licitação. Decorrido este prazo sem que sejam retirados, o GEP promoverá sua destruição.

12.14 - A critério da CEL, 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.

13 – DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS E DOS PRAZOS

13.1 - 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 ao Titular do órgão, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, devendo estar assinado por quem de direito.

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

13.3 - Não serão conhecidos os recursos interpostos fora do prazo legal.

13.4 - 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.

14 - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

14.1 - As despesas decorrentes dos contratos celebrados com as empresas vencedoras deste certame correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

Fonte de Recursos : 0101

Unidade Orçamentária : 77101 - Secretaria de Comunicação Social

Programa de Trabalho: 24.131.1193.2748 (Edição de Publicação e Impressões)

Programa de Trabalho: 24.131.1193.2781(Implementação das Ações de Publicidade)

Fonte de Recursos: 0102

Unidade Orçamentária: 74201 – Universidade do Estado do Pará

Programa de trabalho: 12.131.1193.2781

Fonte de Recursos: 0103

Unidade Orçamentária: 90101 – Fundo Estadual de Saúde

Programa de Trabalho: 10.131.1193.6238

Fonte de Recursos: 0149

Unidade Orçamentária: 90101 – Fundo Estadual de Saúde

Programa de Trabalho: 10.131.1193.6238

Fonte de Recursos: 0261

Unidade Orçamentária: 65201 – Fundação Paraense de Radiodifusão

Programa de Trabalho: 24.131.1193.2781

Unidade Orçamentária: 47201 - Fundação Carlos Gomes

Programa de Trabalho: 13.131.1193.2781

Unidade Orçamentária: 49201 - Fundação Curro Velho

Programa de Trabalho: 13.131.1193.2781

Unidade Orçamentária: 53201 - Imprensa Oficial do Estado

Programa de Trabalho: 22.131.1193.2781

Unidade Orçamentária: 66201 - Departamento de Transito do Estado do Pará

Programa de Trabalho: 06.131.1193.2781

Unidade Orçamentária: 80201 - Agência Estadual de Regulação e Controle de Serviços Públicos

Programa de Trabalho: 04.131.1193.2781

Unidade Orçamentária: 54201 – Instituto de Assistência dos Servidores do Estado do Pará

Programa de Trabalho: 08.131.1193.2781

Unidade Orçamentária: 90201 – Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Pará

Programa de Trabalho: 20.131.1193.2781

14.2 - As Sociedades de Economia Mista e as Empresas Públicas 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 II

3a Colocada GRUPO III

4a Colocada GRUPO IV

5a Colocada GRUPO V

6a Colocada GRUPO VI

Fonte de Recursos: Próprios

GRUPO I

Banco do Estado do Pará – BANPARÁ S/A

Companhia Paraense de Turismo – PARATUR

GRUPO II

Companhia de Saneamento do Pará – COSANPA

Centrais de Abastecimento do Pará S/A - CEASA

GRUPO III

Companhia de Habitação do Estado do Pará - COHAB

Companhia Portos e Hidrovias do Estado do Pará - CPH

GRUPO IV

Empresa de Processamento de Dados do Estado do Pará – PRODEPA

Companhia de Gás do Pará - GASPARÁ

GRUPO V

Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural – EMATER

GRUPO VI

Companhia de Desenvolvimento Industrial do Pará - CDI

14.3 - 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.

14.3.1 - 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 1.3 deste Edital.

15 - CONDIÇÕES CONTRATUAIS

15.1 - As licitantes vencedoras terão o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir da data da convocação por parte da autoridade superior do procedimento, para assinar o termo de contrato, conforme minuta constante do **Anexo 4**.

15.1.1 - Caso alguma licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, o GEP poderá, a seu critério, convocar as licitantes 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.

15.2 - Se alguma licitante vencedora se recusar a assinar o contrato, o GEP 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.

15.2.1 - O disposto no item anterior não se aplica às licitantes convocadas na forma do item 15.2.

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

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

15.4 – O GEP 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.

15.4.1 - 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.

15.5 - 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.

15.6 - A contratada deverá prestar esclarecimentos ao GEP sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

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

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

16 - REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

16.1 - 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.

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

16.3 - 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.

16.4 - 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.

16.5 - 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 Comunicação.

17 - DISPOSIÇÕES FINAIS

17.1 - 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.

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

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

17.4 - 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.

17.5 - 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.

17.6 - Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela **CEL** desde que recebidos até cinco dias antes da data para a apresentação dos envelopes contendo as Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, protocolizada de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e de 14h às 17h, no seguinte endereço: Rodovia Augusto Montenegro, s/n, Palácio dos Despachos, ou por e-mail: licitacao@secom.pa.gov.br

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

17.8 - 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.

17.9 - 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 CEL.

17.10 - Este edital e seus elementos constitutivos poderão ser obtidos na sede da CEL, mediante pagamento da importância de R\$ 50,00 (cinquenta reais) efetuados através de depósito efetuado na conta corrente da Secretaria de Estado de Comunicação, BANPARA, Agência 0015, Conta Corrente 188.102-7, de acordo com disposto no parágrafo quinto do art. 32 da Lei n. 8.666/93.

17.11 - Este edital também poderá ser lido no *site*: **www.pa.gov.br**

17.12 - Quaisquer esclarecimentos ou informações complementares sobre o presente certame poderão ser obtidos por escrito na sede da Comissão Especial de Licitação, situada na **Rodovia Augusto Montenegro, s/n Palácio dos Despachos, Belém-PA**, ou através do telefone (91) 32020924, durante o horário de 09h às 12h e de 14h às 17h.

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

Belém, 11 de março de 2011.

ANA ALCÍDIA SAMPAIO DA SILVA
PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

ANEXO 1

BRIEFING

O novo momento do Estado do Pará.

A mudança de governo, patrocinada pelos eleitores, enseja mudanças na visão e nas estratégias de desenvolvimento do Estado. Dentro dessa perspectiva, para o novo Governo do Pará, é imprescindível que a presença da sociedade seja sentida em cada passo que será dado. Isto porque o apoio popular, as expectativas de mudança, a esperança de dias melhores, a forte carga emotiva que acompanharam o surgimento deste novo momento no Pará, marcaram decisivamente a postura política da administração estadual de agora em diante.

A conjuntura.

A participação da sociedade torna-se ainda mais importante dada a conjuntura do Estado. Com uma dívida avaliada em R\$ 700 milhões, investimentos comprometidos com desencana de curto prazo, problemas em todos os setores, notadamente no mais sensível deles, que é a saúde, o Governo do Pará tem um triplo desafio pela frente: enfrentar a crise e sanear o Estado no mais curto espaço de tempo; dar respostas imediatas às demandas urgentes da população; e retomar os necessários investimentos para recolocar o Pará no rumo do crescimento.

Enquanto as pendências financeiras são saldadas, renegociadas e repactuadas, as demandas diárias da população não podem esperar: saúde, segurança, educação, habitação, empregos, abastecimento, transportes, lazer, são questões que exigem do Governo do Pará recursos e decisões político-administrativas cotidianas. Não se espera da população boa vontade infinita. O Governo precisa administrar na crise.

Ao mesmo tempo, é preciso planejar os novos investimentos em todos esses setores, expandindo a oferta de saúde em todo o Estado com a construção de novos hospitais regionais e conclusão das unidades que estão em obras ou paradas; ampliar a oferta de vagas escolares e intensificar o ensino técnico-profissionalizante; aumentar a segurança da população com o combate à violência e a disseminação da cultura de paz.

E colocar em prática estratégias de desenvolvimento com a atração de novas empresas, que gerem empregos e verticalizem a produção, tragam tecnologia e modernização, dentro dos ditames do zoneamento ecológico-econômico.

São desafios grandes demais se o Governo não contar com a compreensão, apoio e participação da população.

A necessidade do pacto pelo Pará.

Os graves problemas que engessaram o Estado já eram razoavelmente conhecidos desde o ano passado, embora não devidamente dimensionados. Esta é a razão de o projeto político vitorioso nas eleições ter sido erigido sobre a necessidade de um “pacto pelo Pará”, à qual a sociedade respondeu positivamente. É chegado o momento de dar andamento ao pacto, passando do discurso à ação. O Pará apoiou a ideia, que hoje se mostra mais do que necessária, imprescindível, diante de tantos desafios.

Um pacto pressupõe, mesmo momentaneamente, a união de diferentes, a soma de forças antagônicas, tudo por um objetivo comum, que no caso é a superação da crise e a reconstrução do Pará. O Governo do Pará, ao propor o “pacto pelo Pará”, pretende que todas as forças da sociedade – trabalhadores, empresários, estudantes, donas de casa, aposentados – independente de classes sociais, credos, posições políticas, se unam em torno desse mesmo objetivo.

Saúde: um problema de toda a sociedade.

De todos os grandes problemas atuais do Estado o mais sentido pela população, sem dúvida, está na saúde pública. O Governo do Estado está tomando uma série de medidas para reduzir o impacto dos problemas sobre a população, e vai partir para soluções de longo alcance. Entretanto, nessa área, nenhuma solução é para sempre. E os investimentos terão que ser sempre crescentes caso não haja ações preventivas eficientes. É importantíssima a participação da sociedade, combatendo as doenças antes que elas apareçam. É vital que se faça um pacto pela saúde.

Hospitais de referência.

A saúde é um setor emblemático do atual momento no Pará. Em 2006, os hospitais Ofir Loyola, Gaspar Vianna (de Clínicas), da Santa Casa e Metropolitano eram referências em suas áreas. O Hospital Ofir Loyola era um centro de referência em oncologia na região Norte, tendo realizado complexas cirurgias e diversos transplantes. Muitos médicos, na época, preferiam manter o paciente no Ofir Loyola a enviá-lo a São Paulo, o centro referencial de todo o país. O Hospital Gaspar Vianna tinha o reconhecimento do Ministério da Saúde. O Hospital da Santa Casa foi premiado como “Amigo da Criança” pelo Ministério da Saúde, devido aos seus avançados programas na área materno-infantil, copiados até em São Paulo. O então novo Hospital Metropolitano era um avançado centro de traumatologia e de tratamento de queimados, referência no Norte, o mais moderno e equipado hospital da região.

Naquele ano de 2006, o Governo havia entregue o Hospital Regional do Sudeste, em Marabá; o Hospital Regional do Oeste, em Santarém; o Hospital Regional da Transamazônica, em Altamira; e o Hospital Regional do Araguaia, em Redenção. Todos equipados e prontos para funcionar, sendo que o de Marabá já estava funcionando. O Hospital Regional de Tailândia estava com suas obras físicas concluídas, faltando acabamento e equipamentos. O Hospital Regional de Breves estava com mais de 50% de sua obra física pronta.

O Governo do Pará investiu pesadamente em saúde até 2006, mantendo programas de cunho social como o Presença Viva, que fez mais de 1 milhão de atendimentos de saúde em todo o Pará; o Vida com Saúde, que distribuiu kits de remédios para todos os municípios, entre outros.

Os problemas.

A situação mudou drasticamente nos últimos quatro anos, a ponto de o Hospital Ofir Loyola deixar de fazer transplantes e ter pacientes acumulados nos corredores, uma visão que o aproxima dos piores cenários de um pronto socorro. Pacientes crônicos, normalmente tratados no Ofir Loyola, chegaram a ser enviados para o Piauí. O Hospital da Santa Casa, que já foi o “Hospital Amigo da Criança”, passou por uma crise sem precedentes, com a morte de centenas de bebês em curto espaço de tempo, conforme amplamente divulgado pela imprensa, reflexo trágico de graves problemas que acompanharam a instituição no período. O Hospital Metropolitano tem problemas de equipamentos e atendimento precário, contrastando fortemente com a imagem de modernidade que apresentava. A falta de remédios essenciais à vida, por falta de simples medidas administrativas no final do ano passado, já ronda alguns hospitais.

De todas as crises, a da saúde é a mais preocupante e carente de urgente solução. Porém, também uma das mais difíceis de resolver porque, na situação em que se encontra, envolve grandes somas em recursos, aquisição de equipamentos sofisticados e pessoal qualificado. Leva tempo para recuperar o que foi danificado.

Investimentos e atendimento imediato.

O Governo do Pará tem como compromisso investir na expansão dos serviços de saúde, construindo mais 2 hospitais regionais, implantar um novo centro de nefrologia, concluir o oncológico infantil e a ampliação do Hospital da Santa Casa, além de colocar o Hospital de Tailândia em funcionamento.

No entanto, é preciso tomar outras medidas mais urgentes para atender o cotidiano e fazer o setor voltar a funcionar como em 2006. O Governo começou agindo no varejo, levantando os problemas mais urgentes como a iminente falta de remédios, atendimento precário nos hospitais, acúmulo de pacientes.

Até que o setor de saúde do Estado volte aos padrões anteriores, é possível que um número elevado de cidadãos, com justa razão, tenha queixas aqui e ali quanto ao atendimento.

Doença renal crônica.

De todos os problemas na área de saúde, um se destaca.

Há hoje no Pará uma crise no atendimento aos doentes renais crônicos. Os 270 equipamentos de hemodiálise instalados no Estado têm capacidade para atender cerca de 1.500 pessoas. Existe um déficit de atendimento de 300 pacientes cadastrados, o que é um quadro dramático já que sem hemodiálise, que é a filtragem de todo o sangue do corpo, três vezes por

semana, o paciente pode ser levado à morte. Ou seja, o paciente renal crônico torna-se totalmente dependente da hemodiálise.

E esse número é somente dos pacientes conhecidos.

O Governo do Estado está acompanhando o problema de perto e tomando as medidas necessárias para aumentar o atendimento com aparelho de hemodiálise. Hoje, os 270 aparelhos estão instalados em hospitais de Belém, Ananindeua, Marituba, Castanhal, Marabá, Altamira, Redenção e Santarém. Até final de junho deste ano serão instalados mais 100 equipamentos em hospitais de Belém, Ananindeua, Bragança, Altamira, Redenção, Ulianópolis e Santarém. E será implantado em Belém um Centro de Hemodiálise.

Mas não bastará que o Governo atenda os pacientes de hoje se não houver a prevenção da doença e a redução da expansão dos casos no futuro. As principais causas da doença renal crônica estão relacionadas com a hipertensão e o diabetes. Portanto, o autoconhecimento e o controle da hipertensão e do diabetes podem evitar que se desenvolvam as doenças renais crônicas e, conseqüentemente, a dependência de hemodiálise.

A campanha.

A sociedade tem o direito de ser informada sobre a real situação do setor de saúde do Estado. E mais: deve conhecer as medidas que o Governo está tomando e participar da solução.

Para a campanha objeto desta concorrência, as agências concorrentes devem focar no problema dos doentes renais crônicos, nas medidas que o Governo tomou e está tomando e na participação da população. A população deve ser estimulada a fazer exames para diagnosticar hipertensão e diabetes, tomar medidas para evitá-los ou mantê-los sobre controle, enfim, evitar que o quadro se agrave e se chegue, entre outras graves conseqüências, à doença renal crônica.

Alcance e público-alvo.

A campanha deve ter alcance estadual e chegar a todos os públicos, já que a prevenção deve começar cedo.

Verba e período.

A campanha deve ser planejada pelas concorrentes com a verba hipotética de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) e período de veiculação de até 60 (sessenta) dias.

Premissas.

A campanha deve ser informativa, educativa e estimular a participação popular e democratização da gestão pública.

Utilizar-se de veículos tradicionais de comunicação de massa e das mídias alternativas e comunitárias.

Utilizar os meios de comunicação próprios do Governo do Estado, tais como o portal da internet, Agência Pará de Notícias, mídias sociais (twitter, facebook), contra-cheques.

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 01/2011, 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 01/2011 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” e “c”;

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

3. VIGÊNCIA

3.1 O presente Contrato terá duração de 12 (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 da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

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

5.1.2 Realizar - com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato, observadas as especificações estabelecidas pela **CONTRATANTE**.

5.1.3 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:

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

5.1.4 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior.

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

5.1.5.1 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.2 Serão transferidas à **CONTRATANTE** as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

5.1.6 Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

5.1.6.1 Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela **CONTRATANTE**, nos termos do disposto no art. 14 da Lei n.º 12.232/10.

5.1.6.2 As propostas dos fornecedores serão coletadas, pela **CONTRATADA**, em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela **CONTRATANTE**, sempre que o fornecimento do bem ou serviço tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor total do Contrato.

5.1.6.3 Caso o fornecimento seja igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea "a" do inciso II do art. 23 da lei 8666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no item 5.1.6.2 acima, a **CONTRATADA** está dispensada do procedimento previsto no subitem 5.1.6.2 deste Contrato.

5.1.6.4 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

5.1.6.5 Responder perante a **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

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

5.1.7 Obter a aprovação prévia e expressa da **CONTRATANTE** para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.

5.1.8 Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.

5.1.8.1 A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a **CONTRATADA** ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial somente poderá ser realizada após comunicar à **CONTRATANTE** este vínculo e obter sua aprovação.

5.1.9 As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgados em site aberto pela **CONTRATANTE**, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.

5.1.9.1 A **CONTRATADA** inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

5.1.10 Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 05 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.

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

5.1.12 Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.13 Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.

5.1.14 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

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

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

5.1.17.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se

houver condenação, reembolsará à **CONTRATANTE**, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

5.1.19 Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.

5.1.20 Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção do Contrato.

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 Abrir, na internet, um site próprio para divulgação das informações sobre a execução deste Contrato, conforme disposto no art. 16 e parágrafo único, da Lei n.º 12.232/10.

7. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor contratual, servidor devidamente designado pela **CONTRATANTE**, que terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**

sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.

7.1.1.1 Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao gestor contratual verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da contratação de fornecedores e aos honorários devidos à **CONTRATADA**.

7.2 A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços a ela incumbidos.

7.3 A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e às expensas dos fornecedores e veículos por eles responsáveis.

7.4 A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por contratados por ela diretamente, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.5 A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.6 A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

7.7 A **CONTRATANTE** realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela **CONTRATADA**, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

7.7.1 A avaliação semestral será considerada pela **CONTRATANTE** para aquilatar a necessidade de solicitar à **CONTRATADA** que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

8. REMUNERAÇÃO

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

8.1.1 Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**,

referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários 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**.

8.1.4 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 co 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 n.º 12.232/10.

10. DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

10.2.1.1 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 90% (noventa 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 Betacam e em DVD, mediante ajuste dos custos envolvidos.

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

11. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

11.1 O pagamento será efetuado mensalmente, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela **CONTRATADA**, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da **CONTRATANTE**, a/c da **CONTRATADA**.

11.2 O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a **CONTRATADA** informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, seguindo os seguintes prazos:

- Veiculação: em prazo não inferior a trinta dias após o mês de veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos veículos, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação;

- Produção: em prazo não inferior a trinta dias após o mês de produção, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos fornecedores, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes;

- Outros serviços realizados por terceiros: nos vencimentos previamente ajustados com a **CONTRATANTE**, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos fornecedores e respectivos comprovantes.

11.3 Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº/2011 e a manifestação de aceitação do gestor contratual: _____.

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

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

11.5 A **CONTRATANTE** não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

11.6 Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela **CONTRATADA**, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela **CONTRATANTE**.

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

11.6.2 A **CONTRATADA** apresentará à **CONTRATANTE** um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

12. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

I. Advertência;

II. Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 10 % (dez por cento);

III. Multa de 5 % (cinco por cento), sobre o valor atualizado deste Contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração a quaisquer outras de suas cláusulas.

IV. Suspensão temporária de licitar e contratar com o (Governos, 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.

12.2 A critério da **CONTRATANTE**, as sanções previstas nos incisos "I", "IV" e "V" do item 12.1, desta cláusula, poderão ser aplicadas juntamente com as previstas nos incisos "II" ou "III", facultada a defesa prévia da **CONTRATADA**, no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

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

12.4 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei n.º 8.666, de 1993.

12.5 A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

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

13. RESCISÃO

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

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

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

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

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

14. DISPOSIÇÕES GERAIS

14.1 A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de 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.

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

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

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

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

15. CASOS OMISSOS

15.1 Os casos omissos relacionados a este Contrato regular-se-ão pelos preceitos de Direito Público, aplicando-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.

16. FORO

16.1 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 2011

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 _____.