

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

Modalidade: Concorrência – Tipo: Técnica e Preço

OBJETO

Contratação de agência de comunicação para a divulgação *on-line* e *off-line* dos produtos da Fundação Habitacional do Exército (FHE), de acordo com as condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

LOCAL PARA RECEBIMENTO DA DOCUMENTAÇÃO E PROPOSTAS

Sala de Licitação (sala de reuniões nº 215 – 2º andar) do edifício-sede da FHE, situado na Avenida Duque de Caxias s/nº, Setor Militar Urbano - SMU, em Brasília/DF.

**DATA E HORÁRIO PARA ENTREGA DOS ENVELOPES E ABERTURA DOS ENVELOPES
1 E 3: 28/6/2021 às 9h.**

SUMÁRIO

SEÇÃO I.....	3
I – PREÂMBULO.....	3
SEÇÃO II.....	5
II – INSTRUÇÕES GERAIS ÀS LICITANTES.....	5
II.1. OBJETO.....	5
II.2. PRAZO E ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS.....	5
II.3 ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS E CONDIÇÕES DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS.....	5
II.4. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL.....	9
II.5. VALOR DE REFERÊNCIA.....	9
II.6. CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO.....	10
II.7. ADEQUAÇÃO À DOCUMENTAÇÃO DA LICITAÇÃO.....	11
II.8. CUSTO DE ELABORAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO TÉCNICA E DA PROPOSTA DE PREÇOS.....	11
II.9. RECURSOS FINANCEIROS.....	11
II.10. GARANTIAS.....	11
II.11. MULTA E PENALIDADES.....	12
II.12. INFORMAÇÕES CONTRATUAIS.....	13
II.13. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES NA LICITAÇÃO.....	13
II.14. INVÓLUCROS DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA, DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO E PROPOSTA DE PREÇOS.....	14
II.15. MODIFICAÇÕES E ALTERAÇÕES DO EDITAL.....	14
II.16. IMPUGNAÇÃO ADMINISTRATIVA.....	15
II.17. CONVOCAÇÃO PARA ASSINATURA DO CONTRATO.....	15
SEÇÃO III.....	17
III – PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO.....	17
III.1. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA.....	17
III.2. RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS, ABERTURA E ACEITABILIDADE DA PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA DE PREÇO E DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO.....	17
III.3. INABILITAÇÃO DAS LICITANTES PARTICIPANTES.....	20
III.4. CORREÇÃO DE ERROS.....	21
III.5. FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....	21
III.6. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....	21
III.7. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....	22
III.8. CONTEÚDO E FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS – INVÓLUCRO Nº 4.....	22
III.9. DOS DIREITOS AUTORAIS.....	24
III.10. DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS.....	24
III.11. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS.....	24
III.12. CONTEÚDO E FORMA DE APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 5.....	25
III.13. DEMAIS ORIENTAÇÕES DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO TÉCNICA.....	27
III.14. JULGAMENTO DA LICITAÇÃO.....	29
III.15. RESULTADO DA LICITAÇÃO.....	29
III.16. RECURSOS ADMINISTRATIVOS.....	29
SEÇÃO IV.....	30
IV – CONTEÚDO DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – INVÓLUCROS Nº 1, Nº 2, Nº 3.....	30
SEÇÃO V.....	37
V – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS.....	37
ANEXO I – BRIEFING.....	38
ANEXO II – CRITÉRIOS DE JULGAMENTO – PLANILHA DE AVALIAÇÃO Nº 1.....	46
ANEXO III – CRITÉRIOS DE JULGAMENTO – PLANILHA DE AVALIAÇÃO Nº 2.....	47
ANEXO IV – CRITÉRIOS DE JULGAMENTO – PLANILHA DE AVALIAÇÃO Nº 3.....	50
ANEXO V – FICHA CADASTRAL.....	51
ANEXO VI – MINUTA DO CONTRATO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.....	53
ANEXO VII – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS.....	69
ANEXO VIII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE MENOR TRABALHADOR.....	71
ANEXO IX – MODELO DE DECLARAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA.....	72
ANEXO X – MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE.....	73
ANEXO XI – MODELO DE DECLARAÇÃO DE INSTALAÇÃO DE ESCRITÓRIO EM BRASÍLIA /DF.....	74

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

SEÇÃO I

I – PREÂMBULO

A **FUNDAÇÃO HABITACIONAL DO EXÉRCITO**, doravante denominada **FHE**, é uma entidade dotada de personalidade jurídica de **direito privado**, criada pela Lei 6.855, de 18 de novembro de 1980, sem fins lucrativos, com autonomia administrativa, com **patrimônio próprio e exclusivamente privado**, cujo funcionamento **não é custeado por recursos públicos**. A Fundação Habitacional do Exército, integrante do Sistema Financeiro de Habitação, sediada à Avenida Duque de Caxias s/nº, Setor Militar Urbano, em Brasília/DF, inscrita no **CNPJ sob o nº 00.643.742/0001-35 e no CF/DF sob o nº 07.483.284/001-05**, por meio da **COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**, doravante denominada **CPL**, designada pela Portaria nº 22, de 9 de novembro de 2020, e em conformidade com o disposto na Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, torna público que realizará **LICITAÇÃO NA MODALIDADE CONCORRÊNCIA, do TIPO TÉCNICA E PREÇO**, a fim de contratar agência de comunicação para a divulgação *on-line* e *off-line* dos produtos da Fundação Habitacional do Exército (FHE), de acordo com as condições e exigências estabelecidas neste instrumento, conforme as condições estatuídas neste edital e em seus anexos.

I.1. As exigências, normas e procedimentos relativos à elaboração e à entrega das propostas, até o julgamento, adjudicação, homologação e assinatura do contrato, constam neste edital.

I.2. Será admitida, nesta licitação, uma única proposta por empresa, que tenha sido constituída sob as leis brasileiras e que atenda aos requisitos deste edital.

I.3. Este edital está disponível para consulta no sítio virtual www.poupex.com.br.

I.4. Para elaboração das propostas técnicas e de preços, serão disponibilizadas no sítio virtual da FHE – <https://www.poupex.com.br/institucional/editais-e-compras/editais/licitacoes/> os arquivos digitais contendo todas as informações necessárias.

I.5. Quaisquer esclarecimentos, em relação a eventuais dúvidas na interpretação do presente edital, deverão ser solicitados exclusivamente por meio do endereço eletrônico: licitacao.compras.servicos@fhe.org.br.

I.6. Fica assegurado, à FHE, o direito de, no interesse da Administração, sem que caiba qualquer tipo de reclamação ou indenização:

I.6.1. anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, o presente edital, dando ciência às licitantes, na forma da legislação aplicável, e

I.6.2. alterar as condições deste edital e seus anexos, as especificações e qualquer exigência pertinente a esta licitação, desde que fixe novo prazo, não inferior a 45 (quarenta e cinco) dias,

para entrega dos documentos, a contar da publicação das alterações, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

I.7. Na contagem dos prazos recursais, será excluído o dia do início e incluído o dia do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dia de expediente da FHE.

I.8. A homologação do resultado deste certame não implicará na obrigatoriedade de contratação.

I.9. As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos por elas emitidos, apresentados em qualquer época ou fase do processo.

I.10. O foro para dirimir questões relativas ao presente edital será o da Justiça Federal da Seção Judiciária do Distrito Federal, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

SEÇÃO II

II – INSTRUÇÕES GERAIS ÀS LICITANTES

II.1. OBJETO

II.1.1. Contratação de agência de comunicação para a divulgação *on-line* e *off-line* dos produtos da Fundação Habitacional do Exército (FHE), de acordo com as condições e exigências estabelecidas neste instrumento, conforme as condições estatuídas neste edital e em seus anexos.

II.2. PRAZO E ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

II.2.1. A licitante contratada iniciará a prestação dos serviços, imediatamente após a assinatura do instrumento contratual, que terá o prazo de 12 (doze) meses, prorrogável até o limite de 60 (sessenta) meses.

II.2.2. Os serviços serão prestados à FHE e compreendem o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de incrementar a base de clientes.

II.2.3. Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a.) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;
- b.) à produção e à execução técnica das peças e materiais publicitários criados pela empresa;
- c.) ao monitoramento da publicidade das empresas concorrentes da FHE e da POUPEX nas diversas mídias, inclusive nas redes sociais, com repasse mensal das informações quantitativas e qualitativas;
- d.) à proposição da estratégia de mídia – acompanhada de simulações e de justificativa técnica, nas praças previamente designadas – contemplando mídia digital ou qualquer outro meio inovador de divulgação;
- e.) à conferência das veiculações autorizadas pela FHE e formalização das eventuais recomendações de alterações para aprovação; e
- f.) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

II.3 ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS E CONDIÇÕES DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

II.3.1. As pesquisas a que se referem a **alínea “a”** do **item II.2.3.** serão promovidas para subsidiar o desenvolvimento e a avaliação das divulgações *on-line* e *off-line* da FHE. A escolha da empresa para a realização da pesquisa será previamente referendada pela FHE. As pesquisas terão a finalidade de:

- a.) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da FHE, os públicos-alvo específicos e os meios de comunicação *on-line* e *off-line* nos quais serão difundidas as peças;
- b.) aferir a proposição estratégica, a criação e as mensagens a serem divulgadas; e
- c.) possibilitar a avaliação e a mensuração dos resultados das peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem aderência temática com a divulgação *on-line* e *off-line* ou com o objeto deste documento.

II.3.2. Especificações das pesquisas:

a.) Pré-teste de campanha: esta pesquisa é vinculada à concepção e criação de campanhas, peças e ações interativas (em canais como redes sociais e *mobile*) e tem por objetivo testar a campanha junto do seu público-alvo, buscando levantar o entendimento dos conceitos e das mensagens a serem transmitidas, bem como identificar a linha criativa mais adequada.

a1.) A FHE terá o direito de solicitar a realização de 1 (uma) pesquisa de pré-teste a cada campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor seja igual ou inferior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), de acordo com sua conveniência;

a2.) A FHE terá o direito de solicitar, anualmente, a realização de até 5 (cinco) pesquisas pré-teste para campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor total seja igual ou inferior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), de acordo com sua conveniência;

a3.) Tal direito não poderá ser transferido ou acumulado para campanhas futuras, salvo manifesta concordância da empresa;

a4.) Serão escolhidas até 5 (cinco) praças para a realização das pesquisas a cada campanha, de acordo com a necessidade da FHE;

a5.) A metodologia a ser utilizada na pesquisa é a qualitativa, com a realização de até 4 (quatro) grupos de discussão, por pré-teste;

a6.) Os grupos de discussão poderão ser substituídos por outras técnicas de pesquisa, a critério da FHE, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas; e

a7.) Eventual necessidade de alteração técnica do escopo predefinido nos itens acima será solicitada pela FHE e negociada entre as partes.

b.) Avaliação de resultados: tem por objetivo verificar a performance dos indicadores de comunicação e demais elementos técnicos de cada campanha.

b1.) A FHE terá direito a solicitar a realização de 1 (uma) pesquisa de avaliação de resultados a cada campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor seja igual ou inferior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), de acordo com sua conveniência;

b2.) A FHE terá direito a solicitar, anualmente, a realização de até 4 (quatro) pesquisas de avaliação de resultados para campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor total seja igual ou inferior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), de acordo com sua conveniência;

b3.) Tal direito não poderá ser transferido ou acumulado para campanhas futuras, salvo manifesta concordância da empresa;

b4.) Serão escolhidas até 5 (cinco) praças para realização das pesquisas a cada campanha, de acordo com a necessidade da FHE;

b5.) A metodologia a ser utilizada na pesquisa de avaliação de resultados é a quantitativa, com a realização de entrevistas, respeitando o limite máximo de 1.000 (um mil) entrevistas no total; e

b6.) As entrevistas poderão ser substituídas por outras técnicas de pesquisa, a critério da FHE, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas.

c.) Pesquisa de avaliação da divulgação: analisar se as campanhas promovidas durante o ano foram percebidas, se os conceitos escolhidos foram fixados pelos públicos-alvo e a contribuição das campanhas na percepção do posicionamento/propósito e na identidade da marca.

c1.) Serão realizadas até 3 (três) pesquisas de avaliação da divulgação por ano, desde que no máximo 1 (uma) na metodologia qualitativa;

c2.) Serão escolhidas até 5 (cinco) praças para realização das pesquisas a critério da FHE;

c3.) As metodologias a serem utilizadas na pesquisa de avaliação da divulgação são a qualitativa, com a realização de grupos de discussão, respeitando o limite máximo de 5 (cinco) grupos, e a quantitativa, com a realização de entrevistas, respeitando o limite máximo de 1.000 (um mil) entrevistas no total;

c4.) As quantidades de grupos e/ou entrevistados, bem como as técnicas utilizadas, poderão ser substituídas, a critério da FHE, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas.; e

c5.) Eventual necessidade de alteração técnica do escopo predefinido nos itens acima será solicitada pela FHE e negociada entre as partes.

d.) Pesquisa para geração de conhecimento para ações de publicidade: avaliar a aceitação dos públicos-alvo sobre diferentes ideias criativas/conceitos e/ou auxiliar na escolha de mercados/públicos-alvo, mensagens publicitárias, *slogans*, nomes, mídias ou veículos de comunicação.

d1.) Poderão ser realizadas até 3 (três) pesquisas por ano, a serem demandadas pela FHE, independentemente do valor envolvido na campanha ou fase componente da campanha;

d2.) A metodologia a ser utilizada poderá ser a de pesquisa qualitativa, com a realização de grupos de discussão, respeitando o limite máximo de 5 (cinco) grupos no total, ou de pesquisa quantitativa, respeitando o limite máximo de 500 (quinhentas) entrevistas, a critério da FHE;

d3.) Serão escolhidas até 5 (cinco) praças para a realização das pesquisas, a critério da FHE;

d4.) No caso da escolha da técnica de pesquisa qualitativa, os grupos de discussão poderão ser substituídos por outras técnicas de pesquisa qualitativa, a critério da FHE, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas;

d5.) No caso da escolha da técnica de pesquisa quantitativa, a realização das entrevistas poderá ser substituída por outra forma de coleta, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas; e

d6.) Eventual necessidade de alteração técnica do escopo predefinido nos itens acima será solicitada pela FHE e negociada entre as partes.

II.3.3. A contratada deverá indicar, para validação prévia da FHE, 1 (um) mesmo instituto para realizar as pesquisas de “Pré-teste de campanha” e “Avaliação de Resultados”, no período de 12 meses, com o objetivo de um melhor aproveitamento do histórico das informações nas análises dos resultados e de uma execução mais ágil. Nos meses subsequentes, a critério da FHE, o contrato com o instituto de pesquisa poderá ser renovado.

II.3.4. Os serviços especializados a que se refere a **alínea “f”** do **item II.2.3**, deste Edital, compreendem:

- a.) as tecnologias de monitoramento, análise e otimização das ações de comunicação, ferramentas como DMP – *Data Management Platform* ou DSP – *Demand Side Platform*, mídia programática, *adserver* e outros; e
- b.) qualquer outra forma inovadora de expansão dos efeitos das ações de comunicação que venha a surgir, se enquadre nessas características e seja reconhecida pela FHE.

II.3.5. Para fins desta contratação, as ações de publicidade não abrangem ações de promoção, patrocínio e relações públicas.

II.3.6. Excluem-se do conceito de patrocínio acima mencionado os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de comunicação e divulgação.

II.3.7. A contratada não poderá subcontratar outra empresa da mesma natureza para a execução de serviços e atuará por conta e ordem da FHE, desde que tenha previamente identificado os fornecedores e obtido a necessária autorização expressa da FHE na contratação de:

- a.) fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais, além da execução dos serviços conexos e complementares;
- b.) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

II.3.8. A contratada atuará por conta e ordem da FHE em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares e de veículos de comunicação e divulgação e demais meios de comunicação e divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

II.3.9. Após a assinatura do contrato, a contratada deverá apresentar escopo e cronograma de implementação da ferramenta tecnológica de controle de verba de mídia, cujos custos de implementação e manutenção deverão ser por ela arcados.

II.3.9.1. Essa ferramenta será operacionalizada pela contratada, com acesso da FHE, e deverá gerenciar e controlar todas as etapas das ações de comunicação, utilizando como referência os seguintes parâmetros:

- a.) cadastramento dos contratos/acordos firmados com veículos;
- b.) controle de verbas autorizadas pela FHE, em separado, no decorrer do contrato;
- c.) controle de inserções;
- d.) emissão de relatórios gerenciais, por campanha e/ou projetos especiais;
- e.) a FHE poderá, a qualquer tempo, utilizar ferramenta própria de gestão e controle de mídia, comunicando a contratada com antecedência de 30 (trinta) dias para a adoção deste aplicativo e demais medidas que forem necessárias para a migração das informações da ferramenta em utilização;
- f.) a FHE poderá acessar todos os dados da ferramenta, inclusive fazer *download* e solicitar a emissão de relatórios por ela disponibilizados; e
- g.) deverá ser realizado encontro para treinamento do uso da ferramenta para empregados/multiplicadores da FHE.

II.4. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

II.4.1. A CPL somente responderá aos questionamentos recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das propostas, no horário de 8h30 as 17h30, nos dias de expediente normal (segunda a sexta-feira).

II.4.2. Os pedidos de esclarecimentos e/ou questionamentos, acerca deste edital, serão respondidos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis, contados da data do seu recebimento. As respostas serão disponibilizadas no sítio virtual da FHE – <https://www.poupex.com.br/institucional/editais-e-compras/editais/licitacoes/>, cabendo aos interessados consultá-las.

II.4.2.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao INVÓLUCRO nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

II.4.2.1. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

II.4.3. A(s) solicitação(ões) de informação(ões) não motivará(ão) prorrogação na data de entrega dos envelopes.

II.4.4. As Propostas Técnicas, de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues em 5 (cinco) INVÓLUCROS distintos e separados à CPL, **até às 9h do dia 28/6/2021**, na Sala de Licitação (sala de reuniões nº 215 – 2º andar) do edifício-sede da FHE, situado na Avenida Duque de Caxias s/nº, Setor Militar Urbano - SMU, em Brasília/DF.

II.4.5. A sessão pública para abertura dos envelopes contendo os INVÓLUCROS 1 e 3 terá início **às 9h do dia 28/6/2021**, no endereço acima mencionado. Já a sessão para abertura dos INVÓLUCROS restantes ocorrerá em dia, local e horário a serem designados pela CPL, no próximo dia útil após o decurso do prazo legal para interposição de recursos, ou ainda, após a publicação do julgamento de eventuais recursos interpostos.

II.4.6. A incolumidade e a regularidade dos INVÓLUCROS, até a sua entrega à CPL, no local, data e hora designados, são de exclusiva responsabilidade da licitante, mesmo nos casos de sua remessa por serviço postal, não cabendo qualquer compensação ou indenização na(s) hipótese(s) de envelope violado, falta de documento exigido no edital ou qualquer situação análoga. A CPL em hipótese alguma receberá envelopes cujos fechamentos estejam violados.

II.4.7. Ocorrendo decretação de feriado ou outro fato superveniente de caráter público, que impeça a realização do certame na data acima marcada, fica a sessão automaticamente prorrogada para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário designado no item anterior, independentemente de nova comunicação.

II.4.8. A CPL, a seu critério, poderá prorrogar o horário, por 15 (quinze) minutos, para entrega dos envelopes e, em consequência, para o início da sessão.

II.5. VALOR DE REFERÊNCIA

II.5.1. O valor global estimado como referência para o objeto desta licitação é de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), conforme *briefing*, Anexo I deste Edital.

II.6. CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

II.6.1. Respeitadas as demais condições legais e aquelas constantes deste edital, será admitida, nesta licitação, uma única proposta por empresa, que tenha sido constituída sob as leis brasileiras, que atenda aos requisitos deste edital e, em especial, as condições limítrofes de habilitação, indicadas na Seção III.

II.6.2. Não poderão participar, direta ou indiretamente, da presente licitação ou da execução contratual:

a) empresa declarada inidônea ou que tenha sofrido sanção de suspensão temporária do direito de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a dois anos, com fundamento no artigo 87, inciso III, da Lei 8.666/1993, por órgão ou entidade da Administração Pública, direta ou indireta, Federal, Estadual, Municipal ou do Distrito Federal;

b) empresa suspensa de licitar ou contratar com a FHE;

b1.) estejam cumprindo a penalidade de suspensão temporária imposta pela FHE e/ou pela Associação de Poupança e Empréstimo POUPEX;

c) estejam sob falência, concordata, recuperação judicial ou extrajudicial, dissolução ou liquidação, concurso de credores, cisão e fusão ou incorporação;

d) empregado ou dirigente da FHE, da Associação de Poupança e Empréstimo POUPEX, ou responsável pela licitação;

e) pessoa(s) jurídica(s) que possuam em seu quadro societário, sob qualquer forma, empregado ou dirigente da FHE ou da Associação de Poupança e Empréstimo POUPEX;

f) pessoa(s) jurídica(s) que possua(m) em seu quadro societário, sob qualquer forma, um ou mais sócios que ostentem a condição de familiar de dirigente ou de empregado exercente de cargo em comissão ou função de confiança no âmbito da FHE ou da Associação de Poupança e Empréstimo – POUPEX;

g) sociedades limitadas e sociedades anônimas de capital fechado que tenham em seus quadros societário e acionário, respectivamente, empregados da FHE ou da POUPEX, ainda que em gozo de licença não remunerada, membro da Administração desta Instituição, mesmo subcontratado, ou parente destes até terceiro grau civil;

h) empresas associadas em consórcio;

i) tenham por objeto social unicamente a prestação de serviços temporários;

j) constituam empresa estrangeira que não funcione no país;

k) constituída por sócio de empresa que estiver suspensa, impedida ou declarada inidônea;

l) cujo administrador seja sócio de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea;

m) possua, em seu quadro acionário, sócio que tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea no período dos fatos que deram ensejo à sanção;

n) sociedade cujo proprietário, mesmo na condição de sócio, tenha terminado seu prazo de gestão ou rompido seu vínculo com a FHE ou a POUPEX há menos de 6 (seis) meses; e

o) que apresente INVÓLUCRO n.º 1 diferente daquele fornecido pela FHE, ou que contenha identificação com aposição de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente.

II.6.3. A participação na presente licitação implica para a licitante:

- a) aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste instrumento e de seus Anexos;
- b) observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

II.6.4. É vetado o nepotismo, nos termos do Decreto n.º 7.203, de 4/6/2010.

II.7. ADEQUAÇÃO À DOCUMENTAÇÃO DA LICITAÇÃO

II.7.1. A licitante deverá examinar todas as instruções contidas neste edital, responsabilizando-se por se informar a respeito das condições que possam afetar o seu custo. A omissão em assim proceder e a omissão ou erro em cumprir os requisitos de apresentação da Documentação Técnica, de Habilitação e da Proposta de Preços serão de total responsabilidade da licitante, não havendo nenhuma tolerância pela FHE, podendo resultar em sua inabilitação ou desclassificação, não lhe cabendo direito a qualquer compensação ou indenização.

II.8. CUSTO DE ELABORAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO TÉCNICA E DA PROPOSTA DE PREÇOS

II.8.1. A licitante arcará com todos os custos associados à obtenção das Propostas Técnicas, da elaboração da Proposta de Preços e dos Documentos para Habilitação, sendo que a FHE, em nenhuma hipótese, será responsável ou se sujeitará a esses custos, independentemente do resultado deste certame licitatório ou de sua suspensão, revogação ou anulação.

II.9. RECURSOS FINANCEIROS

II.9.1. A Fundação Habitacional do Exército – FHE utilizará recursos próprios para o pagamento dos serviços, com os Centros de Custo CECOM, GECON, GECRI, GEPRO, GESEG, GEOPI e GEREN, com a seguinte classificação orçamentária: 006.817450010000001 – Publicidade e Propaganda.

II.10. GARANTIAS

II.10.1. A licitante vencedora deverá prestar garantia do cumprimento do contrato, equivalente a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), em uma das modalidades abaixo discriminadas, a ser por ele escolhida, sendo esta condição para assinatura do contrato:

- a) caução em moeda corrente nacional ou em títulos da dívida pública, com validade não inferior a um ano além da data da reunião de habilitação preliminar; ou
- b) seguro-garantia; ou
- c) fiança bancária.

II.10.1.1. A garantia de cumprimento do contrato, quando efetuada em modalidade diversa de moeda corrente nacional, deverá ser encaminhada para a guarda da Gerência de Compras e Contratos.

II.10.1.2. A modalidade seguro-garantia somente será aceita se assegurar o pagamento de prejuízos advindos do não cumprimento do objeto contratado; de prejuízos diretos causados à FHE decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato, de multas moratórias e

punitivas, de obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza não adimplidas pela contratada, relativas ao objeto do contrato.

II.10.1.3. A vigência da garantia de cumprimento do contrato deverá observar a data de recebimento definitivo. Caso haja prorrogação desta data, a vigência da garantia também deverá ser prorrogada.

II.10.3. Os recursos, recebidos e retidos em garantia do cumprimento do contrato, serão devolvidos à Contratada, corrigidos pela Taxa Referencial – TR, ou pelo índice que porventura venha a substituí-lo, acrescidos de juros de 0,5% (cinco décimos por cento) ao mês, desde a data do pagamento da Nota Fiscal e mediante certificação, por gestor ou fiscal do contrato, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas, no prazo máximo de até 90 (noventa) dias da vigência do contrato.

II.10.4. A FHE poderá utilizar os recursos de garantia, para prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato; não adimplemento das demais obrigações nele previstas; prejuízos causados à Contratante ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato; multas moratórias e punitivas aplicadas pela Contratante à Contratada; e obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela Contratada.

II.11. MULTA E PENALIDADES

II.11.1. O descumprimento ou cumprimento irregular de qualquer cláusula contratual poderá acarretar a aplicação das seguintes penalidades, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurada a prévia e ampla defesa:

II.11.1.1. advertência;

II.11.1.2. multa de:

a) até 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total do contrato, pela recusa em assiná-lo, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, após regularmente convocada, sem prejuízo da aplicação de outras sanções previstas;

b) até 0,5% (cinco décimos por cento) do valor deste contrato, atualizado, desde a data de sua assinatura até a data de aplicação da referida multa, com base nas variações mensais do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) ou do índice que porventura venha a substituí-lo, independente das demais cominações legais e contratuais, por dia que ultrapasse o prazo para entrega de material ou execução dos serviços;

c) até 10% (dez por cento) sobre o valor adjudicado, em caso de inexecução total da obrigação assumida;

d) suspensão temporária do direito de participar de licitação e impedimento de contratar com a FHE pelo prazo de até 2 (dois) anos; e

e) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

II.11.2. Será considerada justificativa, para atraso na entrega do material ou execução dos serviços, a critério da FHE, a ocorrência de caso fortuito ou de força maior, que implique em.

II.11.2.1. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da Contratante.

II.11.3. Se, ocorrer atraso na entrega do material ou execução dos serviços, além das cominações legais, a licitante Contratada arcará com todos os ônus daí decorrentes, causados à FHE, podendo ser estes diretamente deduzidos dos valores das notas fiscais de serviços ou do valor retido como garantia das obrigações.

II.11.4. A multa por atraso na entrega do material ou execução dos serviços será descontada de imediato dos pagamentos das parcelas devidas. Entretanto, será devolvida à Contratada se a entrega do material ou execução dos serviços for concluída dentro do prazo global estipulado.

II.11.5. A multa por atraso na conclusão da entrega do material ou execução dos serviços será descontada da última prestação ou dos valores das garantias, se necessário. Enquanto não for paga ou relevada qualquer multa, nenhum pagamento será feito à Contratada.

II.11.6. Se a multa aplicada for superior ao valor das garantias contratuais, além da perda desta, responderá a Contratada pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela CONTRATANTE ou cobradas judicialmente.

II.11.7. A CONTRATADA, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da respectiva notificação, poderá apresentar recurso contra a aplicação das sanções previstas neste contrato.

II.11.8. Acordam as partes que, se qualquer delas tiver que recorrer ao Judiciário para haver os seus direitos, por inadimplemento da outra, arcará a que deu causa à demanda com as custas processuais, multa de 10% (dez por cento) e honorários de 20% (vinte por cento) sobre o valor do proveito econômico que resulte da demanda.

II.11.9. A penalidade de impedimento de participar de licitações promovidas pela FHE será aplicada no caso de inexecução do objeto contratual ou nas hipóteses do art. 88 da Lei de Licitações.

II.11.10. O não cumprimento ou cumprimento irregular de qualquer cláusula ou de condições do contrato de serviços poderá importar na suspensão dos pagamentos de parcelas ou na rescisão do contrato, a critério da FHE.

II.11.11. As penalidades previstas são independentes e poderão ser aplicadas cumulativamente.

II.11.12. O valor da multa, a critério da FHE, poderá ser deduzido do montante das garantias de cumprimento do contrato.

II.12. INFORMAÇÕES CONTRATUAIS

II.12.1. Demais condições não abordadas nesta Seção constam de forma completa nos anexos a este edital, em especial no Anexo VI – Minuta do Contrato de Serviços, deverão ser consideradas pela licitante para fins de elaboração e consistência das informações contidas nos INVÓLUCROS das licitantes.

II.12.2. O texto final do contrato de Serviços poderá vir a ser ajustado:

- a) a partir dos dados constantes dos INVÓLUCROS da licitante vencedora, devidamente aprovados pela FHE;
- b) em função de alteração da legislação vigente à época da publicação do edital; ou
- c) em função de fato superveniente que justifique sua adequação.

II.13. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES NA LICITAÇÃO

II.13.1. No local, data e hora indicados no preâmbulo deste edital para o recebimento dos Envelopes, será realizado o credenciamento dos representantes legais das licitantes.

II.13.2. Como documentação de credenciamento deverá ser apresentado:

II.13.2.1. Na condição de procurador: documento oficial de identidade e procuração por instrumento público ou, ainda, por instrumento particular, com firma reconhecida, acompanhada de documento que estabelece poderes ao subscrito, na forma da lei, com poderes expressos e específicos para representar a licitante e para praticar todos os atos inerentes ao presente certame, tais como:

- a)** assinar, rubricar e datar as Propostas Técnicas, Proposta de Preço e os Documentos de Habilitação e demais documentos, nos termos deste edital;
- b)** solicitar informações complementares, especificamente quanto aos anexos do presente edital;
- c)** apresentar os envelopes da Propostas Técnicas, Proposta de Preço e os Documentos de Habilitação;
- d)** ser cientificado, em nome da Outorgante, das decisões proferidas ao longo do certame; e
- e)** para renunciar ao direito de recorrer e aos prazos recursais relativos a qualquer decisão proferida durante todo o certame.

II.13.2.2. Na condição de sócio ou dirigente da sociedade: documento oficial de identidade e cópia autenticada em Cartório competente do contrato social registrado no órgão de registro de comércio competente ou documentação **na qual estejam expressos poderes para exercer direitos e assumir obrigações em nome da licitante.**

II.13.3. A não apresentação do documento de credenciamento ou a sua incorreção não impedirão a participação da licitante no certame, porém impossibilitarão o representante de se manifestar e responder pela empresa, não podendo rubricar documentos, fazer qualquer observação, ou interferir no desenvolvimento dos trabalhos.

II.13.4. Cada licitante credenciará apenas um representante, que será o único admitido a intervir nas etapas desta licitação e a responder por sua representada, para todos os atos e efeitos previstos neste edital.

II.13.5. Não será admitido um mesmo representante para mais de uma licitante.

II.14. INVÓLUCROS DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA, DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO E PROPOSTA DE PREÇOS

II.14.1. Os INVÓLUCROS das licitantes deverão ser protocolados no local, data e hora fixados neste edital, inclusive aqueles que forem encaminhadas por correio, deverão ser apresentados em invólucros separados, bem como obedecer às informações contidas na Sessão III deste Edital.

II.14.2. Excetuando-se o que se refere ao documento de credenciamento, fica vedada a entrega e aceitação de qualquer carta, documento ou anexo fora dos envelopes.

II.14.3. A entrega das propostas, conforme especificado neste item, será considerada pela FHE como comprovação de conhecimento e aceitação, pela licitante, das condições estatuídas neste edital.

II.15. MODIFICAÇÕES E ALTERAÇÕES DO EDITAL

II.15.1. A qualquer tempo e antes da abertura dos envelopes, a FHE poderá, por qualquer razão, por sua iniciativa ou em consequência de solicitação de esclarecimento apresentada pelas licitantes, modificar este edital por meio de erratas que serão publicadas no sítio

www.poupex.com.br, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto se a alteração não afetar significativamente a formulação das propostas, caso em que a comunicação será efetuada diretamente às licitantes.

II.15.2. A omissão da licitante em confirmar o recebimento da(s) errata(s) não a isenta das obrigações relacionadas aos novos dispositivos. A CPL não tem qualquer responsabilidade quanto ao não recebimento, por parte da licitante, de esclarecimentos ou errata(s) emitida(s).

II.15.3. Os trechos deste edital, ou de seus anexos, que forem invalidados ou substituídos serão desconsiderados e não produzirão efeitos da presente licitação.

II.16. IMPUGNAÇÃO ADMINISTRATIVA

II.16.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste edital, perante a CPL, a licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos INVÓLUCROS de proposta técnica, e para qualquer cidadão que não o fizer até o quinto dia útil anterior à abertura. A impugnação deverá ser feita por escrito e protocolada junto à CPL nos dias de funcionamento da Instituição de segunda a sexta-feira, no horário compreendido entre 8h30 e 17h30, se feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório.

II.16.2. Apresentada no prazo, a impugnação será recebida pela CPL que, em **3 (três)** dias úteis, responderá aos seus termos, sucintamente.

II.17. CONVOCAÇÃO PARA ASSINATURA DO CONTRATO

II.17.1. A assinatura do contrato ocorrerá dentro do prazo originário de validade da proposta, ou durante sua prorrogação. Expedidos os atos de adjudicação do objeto e homologação do resultado, a licitante vencedora será convocada para apresentar à FHE, como condicionante à assinatura do contrato de serviços, os documentos abaixo discriminados, no prazo de 3 (três) dias corridos, que poderá ser prorrogado por igual período, se solicitado pela licitante vencedora durante o seu transcurso, e desde que ocorra motivo justificado, se assim aceito pela FHE:

a) certidão conjunta negativa quanto a débitos relativos a tributos federais e à dívida ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional; prova de regularidade com as Fazendas Estadual e Municipal do domicílio ou sede da licitante; Certificado de Regularidade do FGTS - CRF, emitido pela Caixa Econômica Federal, e Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, podendo ser substituídas pelo Certificado de Registro Cadastral do SICAF desde que indique situação de regularidade fiscal.

II.17.2. Caso sejam necessários ajustes, após a conferência da documentação citada no item anterior, a adjudicatária será notificada para que os providencie e rerepresente a documentação, no prazo máximo de 2 (dois) dias corridos, contados a partir do recebimento da notificação.

II.17.3. Não havendo a necessidade de ajustes e rerepresentação da documentação, ou após o aceite da documentação rerepresentada na forma do item anterior, a licitante vencedora será convocada para assinar o contrato, no prazo de 5 (cinco) dias corridos.

II.17.4. O desatendimento, pela licitante vencedora, de quaisquer das exigências enumeradas neste item, bem como a recusa injustificada em assinar o contrato, dentro do prazo fixado pela FHE, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e acarretará à licitante a perda do direito à contratação, e a penalidade de suspensão do direito de licitar com a FHE, por prazo não superior a dois anos.

II.17.5. É facultado à FHE convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto a preço e prazo.

II.17.6. As penalidades dispostas no item II.17.4. não se aplicam às licitantes remanescentes, caso sejam convocadas e não aceitem a contratação nas mesmas condições da primeira colocada, inclusive quanto a preço e prazo.

II.17.7. A data do efetivo início dos serviços ficará expressamente determinada a partir da assinatura do contrato.

SEÇÃO III

III – PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO

III.1. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

III.1.1. A licitação será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas que serão analisadas e julgadas por **Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros**, que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

III.1.2. Pelo menos 1 (um) dos membros da Subcomissão Técnica não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a FHE.

III.1.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela FHE. Sendo que, dos 9 (nove) integrantes, 6 (seis) deles terão vínculo com a FHE e 3 (três) deles não terão qualquer vínculo com a Instituição, obedecendo assim, os § 2º e § 3º, do art. 10, da Lei nº 12.232/2010.

III.1.3.1. Os integrantes indicados no item III.1.3. serão selecionados por meio de edital de chamamento da FHE e os referidos nomes serão publicados pela Comissão Permanente de Licitação no órgão oficial de publicidade em prazo não inferior a 10 (dez) dias corridos da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

III.1.5. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a FHE.

III.1.6. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere este item, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

III.1.7. O acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, reiniciando-se os prazos desta licitação, caso não seja possível manter as datas previamente estipuladas.

III.1.8. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento dos prazos mínimos. O novo prazo de abertura da licitação, não será inferior a 10 (dez) dias do resultado da nova lista.

III.2. RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS, ABERTURA E ACEITABILIDADE DA PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA DE PREÇO E DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

III.2.1. A CPL, na data e hora definidas na Seção II.4.5. deste edital, dará início ao procedimento licitatório.

III.2.2. Aberta a sessão, os membros da Comissão verificarão a inviolabilidade dos lacres de todos os envelopes recebidos, o que será facultado aos representantes credenciados.

III.2.3. Todos os envelopes de Proposta Técnica, de Documentos de Habilitação e Proposta de Preço serão rubricados pelos representantes credenciados dos licitantes e pela CPL.

III.2.4. A CPL verificará a situação de cada licitante junto a Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas da União - TCU (Licitantes Inidôneos; Cadastro Nacional de

Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade, Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas, Suspensas e Punidas - <https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/>).

III.2.4.1. A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429/1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

III.2.5. Na abertura da sessão pública a CPL identificará os representantes das licitantes e receberá os **INVÓLUCROS Nº. 1, Nº. 2, Nº. 3, Nº. 4 e Nº. 5** e conferirá se esses envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

III.2.6. Caso ocorra alguma das hipóteses abaixo, a CPL não receberá o INVÓLUCRO Nº. 1, o que também a impedirá de receber os demais envelopes da licitante:

- a) se estiver identificado;
- b) se apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do INVÓLUCROS Nº. 2; e
- c.) se estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados.

III.2.7. A CPL rubricará, no fecho, sem abri-los, os INVÓLUCROS Nº. 2, Nº. 4 e Nº. 5, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, separando-os dos INVÓLUCROS Nº. 1 e Nº. 3:

- a) retirará o conteúdo dos INVÓLUCROS Nº. 1;
- b) retirará e rubricará o conteúdo dos INVÓLUCROS Nº. 3;
- c) informará que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão pública.

III.2.7.1. Se, ao examinar os conteúdos dos INVÓLUCROS Nº. 1 e 3, a CPL constatar ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a CPL desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

III.2.7.2. A CPL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes Nº. 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

III.2.7.3. Abertos os INVÓLUCROS Nº. 1 e Nº. 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela CPL.

III.2.8. A CPL adotará os seguintes procedimentos após a Sessão de Abertura da Licitação:

- a) encaminhará para a Subcomissão Técnica, os INVÓLUCROS Nº. 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à CPL, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela CPL à Subcomissão Técnica, dos envelopes Nº. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação;

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

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

III.2.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada por não atender ao disposto neste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

III.2.9.1. O disposto neste item não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos envelopes Nº. 2.

III.2.9.2. As planilhas de julgamento da Subcomissão Técnica conterão as pontuações de cada membro para cada quesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

III.2.10. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (INVÓLUCROS Nº. 1 e Nº. 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a CPL convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) abrir os envelopes Nº. 2;

b) analisar as vias não identificadas (envelope Nº. 1) com as vias identificadas (envelope Nº. 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

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

d) divulgar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

e) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei Nº. 8.666, de 1993;

III.2.10.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela CPL.

III.2.11. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as licitantes para participar da sessão de abertura dos INVÓLUCROS Nº 4, propostas de preços das licitantes classificadas:

a) abrir os INVÓLUCROS Nº. 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL;

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

c) analisar e julgar as propostas de preços, atribuindo as respectivas notas a cada licitante e desclassificando as propostas que não atenderem ao exigido neste edital;

d) realizar a classificação geral, mediante aplicação da fórmula prevista neste edital, declarado a licitante melhor classificada aquela que alcançar a maior Nota Final;

e) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preços e do julgamento final das Propostas será publicado com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei Nº. 8.666/1993.

III.2.12. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as licitantes para participar da sessão de abertura dos INVÓLUCROS nº 5, documentos de habilitação das licitantes classificadas:

a) abrir os INVÓLUCROS Nº. 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL;

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

c) informar aos licitantes:

c.1) o resultado da habilitação;

c.2) que o resultado da habilitação será publicado com a indicação dos proponentes habilitados ou inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei Nº. 8.666/1993;

c.3) que será publicado o nome da licitante vencedora desta Licitação, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

III.2.13. Os envelopes das licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a FHE providenciará sua destruição.

III.2.14. É facultada à CPL ou autoridade superior, em qualquer fase desta Licitação, suspender a sessão pública e/ou determinar a realização de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

III.2.15. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL adjudicará o objeto à licitante vencedora e encaminhará relatório final à autoridade competente que homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta Licitação à licitante vencedora.

III.2.16. Todos os resultados serão divulgados no sítio virtual www.poupex.com.br.

III.2.17. Se todas as licitantes forem desclassificadas ou inabilitadas, a FHE poderá fixar o prazo de **8 (oito)** dias úteis para apresentação de nova proposta técnica, de preço e de habilitação, livre das causas que tenham determinado a inabilitação.

III.2.18. O contrato será celebrado após a homologação, pela FHE, do resultado da licitação.

III.3. INABILITAÇÃO DAS LICITANTES PARTICIPANTES

III.3.1. Serão inabilitadas as licitantes que:

a) deixarem de apresentar qualquer um dos documentos solicitados na Seção III.12. Habilitação;

- b) apresentar certidão positiva de improbidade administrativa em consulta realizada conforme o item III.2.4;
- c) deixarem de atender no prazo a qualquer diligência realizada pela CPL; e
- d) não atendam aos critérios estabelecidos neste edital e às solicitações de diligências da CPL.

III.4. CORREÇÃO DE ERROS

III.4.1. Caso seja verificada a ausência de assinatura nos INVÓLUCROS Nº 2, Nº 4 e Nº 5, tal falta poderá ser suprida com a convocação, pelo Presidente da CPL, do representante legal devidamente identificado e com poderes para assinar o referido documento, nos termos da Seção II.13.

III.4.2. Havendo discrepância entre os valores em algarismos e por extenso apresentados na proposta, o valor por extenso prevalecerá.

III.5. FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

III.5.1. As Propostas Técnicas serão examinadas pela Subcomissão Técnica, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

III.5.1.1. A proposta técnica deverá ser apresentada em três partes, a saber:

- a) Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada – INVÓLUCRO Nº 1;
- b) Plano de Comunicação Publicitária, via identificada – INVÓLUCRO Nº 2;

<p><u>INVÓLUCRO 2 – APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA</u> LICITAÇÃO Nº 521/2021-FHE – Serviços de Publicidade e Propaganda RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA: CNPJ:</p>
--

c) Conjunto de informações referentes ao licitante – INVÓLUCRO Nº 3.

<p><u>INVÓLUCRO 3 – APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA</u> LICITAÇÃO Nº 521/2021-FHE – Serviços de Publicidade e Propaganda RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA: CNPJ:</p>
--

III.6. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

III.6.1. As Propostas Técnicas serão examinadas pela Subcomissão Técnica, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

III.6.2. A juízo da FHE, as ações de comunicação das licitantes poderão ou não ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, caso a licitante formalize contrato de prestação de serviço com a FHE.

III.6.3. Da Pontuação – a avaliação das Propostas Técnicas poderá resultar na pontuação máxima de 100 (cem) pontos e será apurada segundo metodologia indicada nos Anexos II, III e IV, deste edital, em que estão apontadas as notas e a pontuação máxima atribuídas objetivamente a cada item e subitem nos respectivos quesitos e subquesitos.

III.6.3.1. a pontuação máxima das pontuações parciais, se dará da seguinte forma:

- a) Plano de Comunicação: **55 (cinquenta e cinco);**

- a1) Raciocínio Básico: 5 (cinco).
- a2) Estratégia de Comunicação: 20 (vinte);
- a3) Ideia Criativa: 20 (vinte);
- a4) Estratégia de Mídia: 10 (dez).
- b) Capacidade de Atendimento: **15 (quinze)**.
- c) Repertório: **15 (quinze)**.
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: **15 (quinze)**.

III.6.3.2. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica, com duas casas decimais, respeitados os critérios e limites constantes na Planilha de Avaliação n.º 1 e na Planilha de Avaliação n.º 3, Anexos II e IV, respectivamente.

III.6.3.3. A pontuação final de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

III.6.3.4. Se, na avaliação de um quesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito, a pontuação será reavaliada pela Subcomissão Técnica com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas.

III.6.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar suas justificativas em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e passará a compor o processo da Licitação.

III.7. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

III.7.1. Serão classificadas as propostas técnicas que:

- a) atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) obtiver pontuação final igual ou superior a 70 (setenta) pontos;
- c) obtiver pontuação final igual ou superior a 3 (três) pontos no quesito Raciocínio Básico;
- d) obtiver pontuação final igual ou superior a 12 (doze) pontos no quesito Estratégia de Comunicação;
- e) obtiver pontuação igual ou superior a 12 (doze) pontos no quesito Ideia Criativa;
- f) obtiver pontuação igual ou superior a 6 (seis) pontos no quesito Estratégia de Mídia;
- g) obtiver pontuação igual ou superior a 10 (dez) pontos no quesito Capacidade de Atendimento;
- e
- h) não obtiver pontuação 0 (zero) em nenhum quesito.

III.8. CONTEÚDO E FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS – INVÓLUCRO Nº 4

III.8.1. As Propostas de Preços serão examinadas pela Subcomissão Técnica, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

III.8.2. A proposta de preço deverá ser apresentada em única via, a saber:

<p>INVÓLUCRO 4 – APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA DE PREÇOS LICITAÇÃO Nº 521/2021-FHE – Serviços de Publicidade e Propaganda RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA: CNPJ:</p>

III.8.3. A Proposta de Preços deverá ser apresentada no INVÓLUCRO n.º 4, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou rasuras.

III.8.4. A proposta deverá ser datada e assinada por pessoa que detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificada e dela devem constar dois documentos distintos, descritos nos subitens abaixo:

III.8.4.1. Planilha de Preços, a ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo VII deste edital.

III.8.4.2. Declaração na qual a licitante:

a) compromete-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto dos fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à FHE as vantagens obtidas;

b) informe que está ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no **item III.9.** deste edital e minuta contratual.

III.8.5. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

III.8.6. O percentual de desconto que incidirá sobre os custos internos com a criação (arte e montagem) será apurado em função dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal (Sinapro).

III.8.7. Para a remuneração sobre os serviços de terceiros, a agência de publicidade deverá citar o percentual a ser cobrado a título de honorários incidentes sobre os custos de produção dos serviços terceirizados.

III.8.8. Os fornecedores terceirizados serão pagos de acordo com o previsto no Plano de Mídia, obedecendo ao plano de distribuição de verba e mediante atesto na Nota Fiscal, entregue pela CONTRATADA com pelo menos 10 (dez) dias úteis de antecedência ao vencimento.

III.8.9. Os honorários não serão devidos quando a CONTRATADA receber diretamente dos fornecedores terceirizados comissão equivalente ao desconto.

III.8.10. A CONTRATANTE se compromete a pagar os serviços de terceiros previamente autorizados em documento apropriado para tal.

III.8.11. O controle dos descontos concedidos por veículos ou fornecedores será realizado pela CONTRATANTE.

III.8.12. Na vigência do contrato, do Desconto-Padrão de Agência, à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços negociados para veiculação, a ser concedido pelos veículos de divulgação, a Licitante repassará à FHE um desconto de até 5%.

III.8.13. Não será considerada qualquer oferta de vantagem não prevista neste edital, inclusive financiamentos, nem preço ou vantagem baseados nas ofertas dos demais licitantes.

III.8.14. A proposta de preços será válida por até 60 (sessenta) dias, contados da data de sua apresentação.

III.8.15. Caso o processo licitatório não tenha sido concluído, ou o contrato de serviços não tenha sido assinado dentro do prazo de validade da proposta, e havendo interesse das partes, a licitante, independentemente de notificação formal da FHE, poderá apresentar carta de prorrogação do prazo de sua proposta.

III.9. DOS DIREITOS AUTORAIS

III.9.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, as análises e os planos), deverão seguir as orientações conforme Minuta de Contrato, Anexo VI deste edital.

III.10. DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

III.10.1. Serão desclassificadas as propostas de preços caso:

- a)** os envelopes não se apresentem lacrados e não estejam identificados;
- b)** não estejam em conformidade com o modelo fornecido no Anexo VII deste edital;
- c)** sejam ilegíveis ou contenham omissões, rasuras, entrelinhas, alterações, adições ou itens não solicitados;
- d)** sejam apresentadas sem assinatura e não for possível aplicar o disposto na Seção III.4.1;
- e)** deixem de atender no prazo a qualquer diligência realizada pela CPL; e
- f)** não atendam aos critérios estabelecidos neste edital e às solicitações de diligências da CPL.

III.11. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

III.11.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste documento e em seus anexos.

III.11.2. Será desclassificada a proposta que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

III.11.3. Nos termos do Art. 46, Parágrafo 1º, da Lei nº. 8.666, de 1993, não serão aceitos:

- a)** desconto inferior a 10% (dez por cento) em relação aos preços previstos na Tabela Referencial de Preços em vigência do SINAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante;
- b)** percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) ou inferior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os serviços e suprimentos externos contratados com terceiros.

III.11.4. Na formulação da proposta de preços, os percentuais de desconto e de honorários não poderão ser expressos com casas decimais.

III.11.5. Havendo divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a CPL considerará o preço por extenso.

III.11.6. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes do Anexo IV – Critérios de Julgamento – Planilha de Avaliação nº 3, como segue: $P = P1 + P2 + P3$.

III.11.7. Em caso de empate, será considerada como melhor classificada a licitante que tiver obtido a maior pontuação nos quesitos abaixo, observando-se a ordem a seguir, até que se obtenha o desempate:

- a)** Estratégia de Comunicação;
- b)** Ideia Criativa;
- c)** Estratégia de Mídia;
- d)** Capacidade de Atendimento; e

e) Repertório.

III.11.7.1. Persistindo o empate será adotado sorteio, a ser realizado na própria sessão, ou em ato público para o qual todas as licitantes serão convocadas, sendo vedado qualquer outro processo. Caso o sorteio não ocorra na sessão, todas as licitantes serão comunicadas formalmente, do dia, hora e local do sorteio.

III.11.7.2. Decorridos 30 (trinta) minutos da hora marcada, sem que compareçam todos os convocados, o sorteio será realizado a despeito das ausências, vedado qualquer outro processo. Todas as licitantes serão comunicadas, formalmente, do dia, da hora e do local do sorteio.

III.12. CONTEÚDO E FORMA DE APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 5

III.12.1. Os documentos de habilitação técnica serão examinados pela Subcomissão Técnica, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

III.12.2. O documento de habilitação técnica deverá ser apresentado em única via, a saber:

INVÓLUCRO 5 – APRESENTAÇÃO DE DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO TÉCNICA
LICITAÇÃO Nº 521/2021-FHE – Serviços de Publicidade e Propaganda
RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA:
CNPJ:

III.12.3. A documentação de habilitação técnica deverá ser apresentada no INVÓLUCRO n.º 5, em papel que identifique a licitante, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, observando o seguinte:

- a)** instrumento de procuração, pública ou particular, com firma reconhecida, com poderes expressos para representar a licitante em procedimentos licitatórios e específicos para assinar declarações, propostas de preço e demais documentos, nos termos deste edital;
- b)** todos os documentos deverão ser apresentados em original ou por meio de cópia autenticada em cartório;
- c)** os documentos, quando obtidos pela internet, serão considerados válidos e originais, podendo a CPL, se julgar necessário, proceder às consultas nos respectivos endereços eletrônicos a fim de conferir sua autenticidade;
- d)** todas as certidões e/ou certificados deverão estar no prazo de validade, sob pena de serem desconsiderados;
- e)** no caso de inexistência de prazo de validade da certidão e/ou do certificado, a CPL só aceitará aquele(s) emitido(s) **até 60 (sessenta) dias**, contados da data de efetiva abertura da licitação; e
- f)** Declaração de Inexistência de Menor Trabalhador, conforme modelo do Anexo VIII.

III.12.4. Qualificação Técnica

III.12.4.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no Artigo 4º, Parágrafo primeiro, da Lei nº 12.232/2010.

III.12.4.2. O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial.

III.12.4.3. O documento obtido no sítio do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Subcomissão Técnica.

III.12.4.4. Comprovação de capacidade técnico-operacional mediante apresentação de um ou mais atestados de capacidade técnica, fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado devidamente identificada, em nome da licitante, relativo(s) à execução de serviços compatíveis com o objeto desta licitação, representado(s), no mínimo, por 3 anos.

III.12.4.4. A licitante deverá apresentar a Declaração de Regime de Tributação, conforme o modelo do Apêndice A do Anexo VII deste Edital.

III.12.5. Qualificação Econômico-Financeira

III.12.5.1. As licitantes deverão comprovar a boa situação financeira pelos índices resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com resultado superior a 1 (um), com base no Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, conforme abaixo e, no caso de empresa constituída no exercício em curso, deverá apresentar Balancete Analítico relativo ao mês anterior ao da abertura da presente licitação, assinado pelo administrador da empresa e por contabilista legalmente habilitado, vedada a substituição por balanço ou balancetes provisórios:

a) para as sociedades anônimas: cópia da publicação em Diário Oficial ou em jornal de grande circulação, devidamente autenticada na Junta Comercial ou em Ofício de Registro de Títulos e Documentos Civis das Pessoas Jurídicas da sede ou domicílio da licitante;

b) para as sociedades por cotas de responsabilidade limitada: por fotocópia autenticada em Ofício de Notas e Protestos, do Livro Diário, inclusive com termos de abertura e de encerramento, devidamente registrado na Junta Comercial da sede ou em Ofício de Registro de Títulos e Documentos Civis das Pessoas Jurídicas da sede ou domicílio da licitante ou alternativamente, emitidos via Sped, devidamente acompanhados do termo de autenticação da Escrituração Contábil Digital (ECD); ou por Balanço e Demonstrações Contábeis devidamente autenticados na Junta Comercial ou em Ofício de Registro de Títulos e Documentos Civis das Pessoas Jurídicas da sede ou domicílio da licitante; e,

c) para as sociedades sujeita à Legislação do Simples: por fotocópia autenticada em Ofício de Notas e Protestos, do livro diário, inclusive com termos de abertura e de encerramento, devidamente registrado na Junta Comercial da sede ou em Ofício de Registro de Títulos e Documentos Civis das Pessoas Jurídicas da sede ou domicílio da licitante ou alternativamente, emitidos via Sped, devidamente acompanhados do termo de autenticação da Escrituração Contábil Digital (ECD); ou por Balanço e Demonstrações Contábeis devidamente autenticados na Junta Comercial ou em Ofício de Registro de Títulos e Documentos Civis das Pessoas Jurídicas da sede ou domicílio da licitante:

Liquidez Geral (LG)

$$LG = \frac{AC + ARLP}{PC + PLP}$$

Onde: LG = Liquidez Geral
AC = Ativo Circulante
ARLP = Ativo Realizável a Longo Prazo'
PC = Passivo Circulante
PLP = Passivo Exigível a Longo Prazo

Liquidez Corrente (LC)

$$LC = \frac{AC}{PC}$$

Onde: LC = Liquidez Corrente
AC = Ativo Circulante
PC = Passivo Circulante

Solvência Geral (SG)

$$SG = \frac{AT}{PC+PLP}$$

Onde: SG = Solvência Geral
AT = Ativo Total
PC = Passivo Circulante
PLP = Passivo Exigível a Longo Prazo

III.12.5.2. A comprovação do patrimônio líquido de 5% (cinco por cento) do valor de referência da licitação, podendo este ser atualizado por índices oficiais, quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data da apresentação da proposta.

III.12.5.3. As licitantes são responsáveis em demonstrar a sua situação de regularidade de forma completa. Se na Certidão de Falência expedida pelo Distribuidor de sua sede, não constarem os processos judiciais eletrônicos, essa informação deverá ser complementada pela licitante, sob pena de inabilitação, acaso as ações de falência ou recuperação judicial possam ser distribuídas mediante processo judicial eletrônico. Se as certidões de regularidade fiscal, expedidas pelos respectivos órgãos Fazendários, dividirem as informações em certidões distintas, a licitante é responsável por apresentar a documentação de forma completa, sob pena de inabilitação.

III.12.5.4. Todos os documentos deverão ser apresentados em original ou por meio de cópia autenticada em cartório.

III.12.5.5. Todas as certidões e/ou certificados deverão estar no prazo de validade, sob pena de serem desconsiderados.

III.12.5.6. Os documentos relativos à regularidade fiscal, quando obtidos pela internet, serão considerados válidos e originais.

III.12.5.7. No caso de inexistência de prazo de validade da certidão e/ou do certificado, somente serão aceitos aquela emitida até 90 (noventa) dias, contados da data da efetiva abertura da licitação.

III.13. DEMAIS ORIENTAÇÕES DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO TÉCNICA

III.13.1. Sob pena de inabilitação, todos os documentos apresentados para habilitação deverão estar:

III.13.1.1. Em nome da licitante e, com número do CNPJ e com o endereço respectivo, observado o seguinte:

a) se a licitante for matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz;

b) se a licitante for à filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz ou forem válidos para ambas;

III.13.1.2. Caso a documentação de habilitação não estiver completa e correta ou contrariar qualquer dispositivo deste Edital e seus Anexos, a CPL considerará a Licitante inabilitada.

III.13.2. Os documentos exigidos para habilitação deverão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia, desde que perfeitamente legíveis, ou ainda através de publicação em órgão da Imprensa Oficial. As cópias deverão estar autenticadas por Cartório, ou na falta desta autenticação, acompanhadas dos originais para permitir que essa providência seja adotada pela CPL. A CPL reserva-se o direito de solicitar o original de qualquer documento sempre que tiver dúvida e julgar necessário.

III.13.3. A licitante será responsável por todas as informações fornecidas, sujeitando-se às penalidades legais caso essas informações venham a induzir a CPL a erro de julgamento.

III.13.4. A licitante que apresentar documentação falsa estará sujeita à aplicação de sanções administrativas.

III.13.5. É facultado à CPL solicitar esclarecimentos, efetuar diligências ou adotar quaisquer outras providências tendentes a confirmar a capacidade técnica e/ou administrativa das licitantes, sendo vedada, entretanto, a inclusão de documento/informação que originariamente deveria constar da proposta/documentação.

III.13.6. Caso a licitante esteja qualificada como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, deverá apresentar a declaração conforme modelo constante do Anexo X, devidamente assinada pelo representante legal da Empresa, sob pena de não poder usufruir dos benefícios previstos.

III.13.6.1. as Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, deverão apresentar toda a documentação exigida para a habilitação, inclusive os documentos comprobatórios da regularidade fiscal, mesmo que estes apresentem alguma restrição.

III.13.6.2. havendo restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 2 (dois) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da FHE, para regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

III.13.6.3. a prorrogação do prazo para a regularização fiscal dependerá de requerimento, devidamente fundamentado, a ser dirigido à CPL, apresentado dentro dos dois dias úteis inicialmente concedidos.

III.13.7. A licitante deverá apresentar o modelo de declaração independente de proposta, conforme Anexo IX deste edital.

III.13.8. A não regularização da documentação, no prazo previsto neste item, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei Nº. 8.666/1993, sendo facultado à FHE convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

III.14. JULGAMENTO DA LICITAÇÃO

III.14.1. As propostas apresentadas de acordo com as especificações e exigências deste Edital serão classificadas pela ordem decrescente das notas finais, sendo declarada melhor classificada a licitante que obtiver a maior Nota Final (NF).

III.14.2. A Nota Final (NF) será apurada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$NF = (NT \times 7) + (NP \times 3) / 10$$

Em que:

NF = Nota Final

NT = Nota da Proposta Técnica

NP = Nota da Proposta de Preços

III.15. RESULTADO DA LICITAÇÃO

III.15.1. Concluídos os trabalhos, a CPL submeterá o processo, devidamente instruído, à Diretoria de Administração da Fundação Habitacional do Exército – FHE que, considerando o relatório da CPL sobre a proposta de adjudicação do objeto deste certame à licitante vencedora, homologará ou não o resultado da licitação.

III.15.2. O resultado da presente licitação será divulgado no sítio virtual <https://www.poupex.com.br/institucional/editais-e-compras/editais/licitacoes/>.

III.15.3. O contrato será celebrado após a homologação do resultado da licitação.

III.16. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

III.16.1. Do resultado, da revogação ou da anulação desta licitação, caberá recurso administrativo, no prazo de **5 (cinco) dias úteis**, contados da data de divulgação, que deverá ser apresentado por escrito, devidamente fundamentado e protocolizado, na FHE, nos dias de funcionamento da Instituição (segunda a sexta-feira), no horário compreendido entre 8h30 e 17h30.

III.16.2. O recurso será dirigido, pela licitante, à Diretoria de Administração da Fundação Habitacional do Exército - FHE, por intermédio da CPL, a qual poderá, no prazo de **5 (cinco) dias úteis** contados do prazo final para interposição de recursos, reconsiderar a decisão recorrida ou mantê-la, e encaminhará, à Diretoria de Administração da Fundação Habitacional do Exército – FHE, o recurso acompanhado das justificativas de sua decisão.

III.16.3. Os recursos terão efeito suspensivo.

III.16.4. As decisões referentes à habilitação, aos julgamentos e aos recursos serão lavradas em atas e, posteriormente, publicadas no sítio virtual <https://www.poupex.com.br/institucional/editais-e-compras/editais/licitacoes/>.

III.16.5. Na contagem dos prazos recursais será excluído o dia do início e incluído o dia do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dia de expediente da FHE.

SEÇÃO IV

IV – CONTEÚDO DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – INVÓLUCROS Nº 1, Nº 2, Nº 3

IV.1. INVÓLUCRO Nº 1 - Via Não Identificada Do Plano de Comunicação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia): deverá ser acondicionada no INVÓLUCRO n.º 1 e elaborada com as seguintes características:

- a) redigida em língua portuguesa, salvo quando do uso de expressões técnicas de uso corrente;
- b) elaborada em papel *offset* A4 branco com gramatura entre 75 e 90 g/m², na orientação retrato;
- c) com espaçamento de 2,5 cm na margem e 1,5 cm na direita, a partir da borda;
- d) com texto e numeração das páginas em fonte Arial, tamanho 12, na cor preta;
- e) com espaçamento simples entre as linhas e duplo após os títulos e entretítulos, e entre parágrafos;
- f) com textos justificados;
- g) sem recuos nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;
- h) com todas as páginas numeradas sequencialmente, a partir da primeira folha interna, pelo editor de textos, em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;
- i) em caderno único, com espiral preto colocado à esquerda;
- j) com capa e contracapa em papel *offset* A4 branco, com gramatura entre 75 e 90g/m². Ambas em branco; e
- k) sem identificação da licitante.

IV.1.1. Os quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação poderão ter gráfico e/ou tabela, observando as seguintes regras:

- a) os gráficos e/ou tabelas poderão ser editados em cores; e
- b) os dados e informações dos gráficos e/ou tabelas devem ser editados na fonte Arial, tamanho 10.

IV.1.2. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas dos quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação poderão:

- a) ser apresentadas em papel *offset* A3 dobrado, com gramatura entre 75 e 90g/m². Nesse caso, para fins do limite, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4; e
- b) Ser impressas na orientação paisagem.

IV.1.3. Os exemplos de peças e/ou material integrantes do quesito Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno em papel fotográfico *glossy* A3, com gramatura entre 115 e 180 g/m².

- a) as tabelas, os gráficos e as planilhas do quesito Estratégia de Mídia poderão ser elaborados com fontes e tamanhos habitualmente utilizados nesses documentos e ser editados em cores.
- b) os exemplos mencionados não deverão conter identificação de sua autoria e deverão ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se às dimensões do INVÓLUCRO n.º 1.

IV.2. INVÓLUCRO Nº 2 - Via Identificada do Plano de Comunicação: deverá ser acondicionada no INVÓLUCRO n.º 2 sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa e conter cópia da Via

Não Identificada datada e assinada na última página e rubricada nas demais pelo representante legal da licitante.

IV.2.1. No cálculo da alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha da Ideia Criativa, as licitantes utilizarão como referencial a verba indicada no *briefing*. Para custos de produção, considerar valores de mercado. Para custos de mídia, considerar valores de tabela cheia dos veículos, sem desconto.

IV.2.2. Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação estão limitados a 10 (dez) páginas (apenas frente, sem verso), ressalvado que os roteiros das peças não serão computados nesse limite de páginas.

IV.2.3. Os textos da Estratégia de Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem para as disposições deste Edital quanto às dimensões do INVÓLUCRO n.º 1 a ser fornecido.

IV.2.4. O Plano de Comunicação deverá compreender os seguintes quesitos:

a) Raciocínio Básico – apresentação em que a licitante deve demonstrar sua compreensão sobre as informações expressas no *briefing* e que são importantes para a comunicação publicitária, além de mostrar um diagnóstico das necessidades de comunicação definidas pela FHE.

a1) Julgamento: o julgamento será feito com base nos critérios descritos abaixo, sendo aplicada objetivamente a pontuação prevista de acordo com a Planilha de Avaliação n.º 1, Anexo II deste edital.

a2) A acuidade da compreensão:

a2.1) das características da FHE e de sua estratégia em relação à comunicação;

a2.2) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da FHE com seus públicos;

a2.3) do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos pela FHE no *briefing*.

b) Estratégia de Comunicação – apresentação em que a licitante deve defender, em linhas gerais, o partido temático e o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação definidos pela FHE, além de explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

b1) Julgamento: o julgamento será feito com base nos critérios descritos abaixo, sendo aplicada objetivamente a pontuação prevista de acordo com a Planilha de Avaliação n.º 1, Anexo II deste edital.

b1.1) a adequação do partido temático e do conceito propostos em relação à natureza e qualificação da FHE e ao desafio e objetivos de comunicação;

b1.2) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

b1.3) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da FHE com seus públicos;

b1.4) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação sugerida para superação do desafio e o alcance dos objetivos de comunicação da FHE;

b1.5) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta; e

b1.6) a capacidade de concatenar os conhecimentos sobre a FHE, o mercado no qual se insere, o seu desafio e os seus objetivos de comunicação, seus públicos e a verba disponível.

c) Ideia Criativa – orientações para elaboração:

c1) apresentar a proposta de campanha desenvolvida com base no *briefing*, contemplando a relação de todas as peças e ou o material que julgar necessários para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação, com comentários sobre cada peça e/ou material (esses comentários estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material);

c2) da relação prevista no item anterior, escolher e apresentar até 20 (vinte) exemplos de peças ou material – independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça ou material – que julgar mais indicados para ilustrar a proposta criativa da licitante e superar o desafio e alcançar os objetivos definidos na Estratégia de Comunicação;

c3) os exemplos podem ser apresentados sob a forma de roteiro, *leiaute*, *storyboard* impressos, “monstro” ou *leiautes* eletrônicos, para internet;

c4) os *storyboards* animados e os *leiautes* eletrônicos ou “monstros” poderão ser apresentados em *pendrive* não identificado, em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html mpeg, mov, mp4, dentre outros;

c5) as peças gráficas deverão ser impressas em papel fotográfico *glossy* A3, com gramatura entre 115 e 135 g/m², sem limitação de cores;

c6) cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação das peças;

c7) para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “fisicamente”, até o limite de 20 (vinte) exemplos, devem ser observadas as seguintes regras:

c7.1) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

c7.2) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c7.3) peça sequencial, para qualquer meio, será considerada uma peça se o conjunto transmitir uma única mensagem;

c7.4) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

c7.5) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

c7.6) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças; e

c7.7) um *hotsite* cuja página de abertura e/ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

c8) Na apresentação de proposta de *hotsite*, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

c9) Julgamento: o julgamento será feito com base nos critérios descritos abaixo, sendo aplicada objetivamente a pontuação prevista de acordo com a Planilha de Avaliação n.º 1, Anexo II deste edital.

c9.1) sua adequação ao desafio, aos objetivos de comunicação da FHE e à Estratégia de Comunicação sugerida;

- c9.2)** as soluções inovadoras capazes de contribuir para o posicionamento e os atributos desejados pela FHE;
- c9.3)** sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- c9.4)** a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta e de desdobramentos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados para ambiente digital;
- c9.5)** a originalidade da combinação dos elementos que a constituem, em consonância com as novas tecnologias;
- c9.6)** a simplicidade e a didática da forma sob a qual se apresenta;
- c9.7)** sua pertinência às atividades da FHE e à sua inserção nos contextos social e econômico;
- c9.8)** as proposições inovadoras considerando as possibilidades do meio digital;
- c9.9)** a exequibilidade das peças;
- c9.10)** a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças aos meios e aos públicos propostos; e
- c9.11)** a adequação da proposta à identidade visual da FHE.

d) Estratégia de Mídia - constituída de:

- d1)** apresentação em que a licitante explicará as defesas das soluções de mídia e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no *briefing* (Anexo I), sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- d2)** simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou material destinados à veiculação ou exposição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- d3)** dessa simulação, deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:
 - d3.1)** as quantidades de inserções das peças em veículos de comunicação e divulgação;
 - d3.2)** os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de comunicação e divulgação, separadamente por meios; e
 - d3.3)** os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de comunicação e divulgação.
- d4)** Nessa simulação:
 - d4.1)** os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
 - d4.2)** deve ser desconsiderado o repasse de verba do desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;
 - d4.3)** devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- d5) Julgamento:** o julgamento será feito com base nos critérios descritos abaixo, sendo aplicada objetivamente a pontuação prevista de acordo com a Planilha de Avaliação n.º 1, Anexo II deste edital.
 - d5.1)** o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;
 - d5.2)** a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

d5.3) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;

d5.4) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos canais próprios de comunicação da FHE; e

d5.5) a economicidade da aplicação de mídia proposta na estratégia apresentada, para atingimento dos públicos-alvo estabelecidos no *briefing*.

IV.2.5. A critério da FHE, as ações de comunicação poderão ou não ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na hipótese da licitante contratada vir a formalizar contrato de prestação de serviço com a FHE.

IV.3. INVÓLUCRO Nº 3 - Via Identificada da Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira folha interna, rubricadas e assinadas na última por seu representante legal.

IV.3.1. Os documentos e informações e o caderno específico não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação – Via Não Identificada – e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do INVÓLUCRO n.º 2.

IV.3.2. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos em que a licitante apresentará:

a) Clientes: relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação da Proposta Técnica, com a especificação do período de atendimento de cada um deles.

a1) Julgamento: o julgamento será feito com base no porte e na tradição dos clientes da licitante, sendo aplicada objetivamente a pontuação prevista de acordo com a Planilha de Avaliação n.º 2, Anexo III deste edital.

b) Equipe: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (com nome, formação e experiência), dos profissionais que estarão à disposição para a execução dos serviços à FHE, caso as licitantes venham a ser agências, discriminando as áreas de estudo e planejamento, criação, produção gráfica, mídia e atendimento. Deverão ser indicados, no mínimo, os seguintes profissionais:

b1.) 1 (um) Diretor de Atendimento: experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos em gestão de contas;

b2) 1 (um) profissional de atendimento: experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos em atendimento de publicidade;

b3) 1 (um) Diretor de Criação: experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos na direção de criação publicitária;

b4) 1 (uma) dupla de profissionais de criação: experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos na criação/redação publicitária para ambiente digital;

b5) 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa: experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos em planejamento de *marketing* e comunicação; e

b6) 1 (um) profissional de mídia digital: experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos, em planejamento e execução de mídia, sendo que, pelo menos um deles, tenha experiência comprovada no planejamento e execução de mídia digital.

b7) Julgamento: o julgamento será feito com base na quantificação e na experiência dos profissionais da licitante, bem como a adequação das qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da FHE, sendo aplicados objetivamente os pesos e a pontuação previstos de acordo com a Planilha de Avaliação n.º 2, Anexo III deste edital.

c) Infraestrutura: relação das instalações e da infraestrutura disponíveis para a execução do contrato.

c1) Julgamento: o julgamento será feito com base na adequação das instalações e da infraestrutura que estão à disposição para execução do contrato, sendo aplicada objetivamente a pontuação prevista de acordo com a Planilha de Avaliação n.º 2, Anexo III deste edital.

d) Informações de *marketing*: a discriminação das informações de *marketing* e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocarão regularmente à disposição da FHE, sem ônus adicional, durante a execução dos serviços.

d1) Julgamento: o julgamento será feito com base na relevância e na utilidade das informações de *marketing* e comunicação, nas pesquisas de audiência e na auditoria de circulação e controle de mídia que a contratante colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato, sendo aplicada objetivamente a pontuação prevista de acordo com a Planilha de Avaliação n.º 2, Anexo III deste edital.

IV.3.3. Os profissionais indicados para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto dos contratos a serem formalizados em decorrência desta licitação. Caso a substituição de profissionais seja necessária, os currículos resumidos com comprovação de experiência equivalente ou superior deverão ser submetidos para prévia aprovação da FHE.

IV.3.4. Declaração que a contratada poderá dispor de escritório na cidade de Brasília/DF, ou instalará, durante a execução do contrato um escritório, para garantir o adequado e a plena execução dos serviços contratados, conforme Anexo XI, deste Edital.

IV.3.5. Do Repertório – a licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o Repertório, conforme a seguir.

a) O Repertório será formado de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos e/ou exibidos pelas licitantes, nos últimos 5 (cinco) anos (serão aceitos trabalhos realizados a partir de janeiro de 2016), sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. As licitantes deverão apresentar 12 (doze) peças e observar o limite de 3 (três) peças para cada meio de divulgação. As peças deverão ser numeradas de 1 a 12, a critério da licitante, e serão analisadas em grupos de 4 (quatro) peças cada, a saber:

a1) GRUPO 1: Peças de 1 a 4

a2) GRUPO 2: Peças de 5 a 8

a3) GRUPO 3: Peças de 9 a 12

b) Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação das licitantes, título, data de produção, período de veiculação e menção de pelo menos um veículo que a divulgou, premiações e reconhecimentos alcançados, no Brasil e no exterior. As peças deverão ser fornecidas em *pendrive*.

c) Julgamento: o julgamento será feito com base nos critérios descritos abaixo em cada material apresentado, concebido e veiculado pela licitante, sendo aplicada objetivamente a pontuação prevista de acordo com a Planilha de Avaliação n.º 2, Anexo III deste edital.

c1) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

c2) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;

c3) a clareza e a objetividade da exposição das informações prestadas; e

c4) premiações e reconhecimentos alcançados.

IV.3.6. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – a licitante deverá apresentar:

a) documentos que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Tais relatos devem ter sido produzidos e veiculados a partir de 2016, sendo que todos devem se referir a casos veiculados em meios físicos e digitais.

b) relatos de 3 (três) casos, de no máximo 2 (duas) páginas cada, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato.

c) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*.

d) Julgamento: o julgamento será feito com base nos critérios descritos abaixo em cada material apresentado, concebido e veiculado pela licitante, sendo aplicada objetivamente a pontuação prevista de acordo com a Planilha de Avaliação n.º 2, Anexo III deste edital.

d1) a evidência de planejamento estratégico publicitário;

d2) a consistência das relações de causa e efeito entre o problema e a solução;

d3) a relevância dos resultados apresentados; e

d4) a concatenação lógica da exposição.

SEÇÃO V

V – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

V.1. DISPOSIÇÕES GERAIS

V.1.1. O lançamento deste edital e mesmo a homologação do resultado deste certame não obrigam a FHE à contratação de seu objeto, sendo-lhe permitido revogá-lo ou anulá-lo, sem que as licitantes tenham direito a qualquer reivindicação, indenização ou reembolso.

V.1.2. As licitantes assumirão todos os custos da preparação e apresentação de suas propostas, e a FHE não será, em nenhuma hipótese, responsabilizada por esses custos, independentemente da condução ou do resultado deste certame.

V.1.3. A Comissão Permanente de Licitação – CPL poderá, a qualquer tempo, solicitar informações complementares ou promover diligências julgadas necessárias.

V.1.4. A declaração falsa relativa ao cumprimento dos requisitos de habilitação e proposta de preços sujeitará a licitante às sanções previstas na legislação de regência

V.1.5. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela FHE.

V.1.6. A licitante contratada obriga-se a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões de serviços que se fizerem necessários à execução do objeto do contrato, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial do contrato, devidamente atualizado, sendo firmados, para isto, aditamentos ao contrato, prevalecendo, obrigatoriamente, os preços unitários do orçamento constante da proposta da CONTRATADA. Nos casos em que os preços unitários dos serviços acrescidos não constarem do orçamento previsto na proposta, os ditos preços unitários deverão ser submetidos à prévia aprovação da CONTRATANTE.

Brasília/DF, 7 de maio de 2021.

WASHINGTON MOREIRA CORRENTE
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE

MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO

ANEXO I – BRIEFING

Este *briefing* se destina às empresas que participarão do processo de licitação da FHE para a prestação de serviços de comunicação.

Fica a critério da FHE a implementação ou não das propostas apresentadas pela vencedora do processo licitatório.

1. Situação base

A Fundação Habitacional do Exército (FHE) tem como objetivo principal facilitar o acesso à casa própria, nas melhores condições, aos seus beneficiários, por meio de crédito imobiliário, ou do oferecimento de imóveis em empreendimentos habitacionais próprios, a preços inferiores aos do mercado.

A FHE disponibiliza aos seus públicos outros produtos que visam também proporcionar qualidade de vida: consórcio, crédito pessoal, plano odontológico e seguros (automóvel, bicicleta, residência, viagem e vida).

1.1. Marca FHE

Considerando o seu caráter social, a FHE definiu recentemente o seu Propósito, traduzindo de maneira humanizada o relacionamento que mantém com seus diversos públicos.

Propósito: Contribuir para a construção de um futuro sólido para a Família Militar e Associados.

Visão: Ser a Instituição preferencial dos seus Beneficiários para a aquisição da casa própria e referência para as Forças Armadas em confiabilidade, solidez e transparência

Negócio: Casa própria.

Valores

- Competência
- Confiabilidade
- Ética
- Profissionalismo
- Transparência
- Valorização do ser humano

1.2. O ambiente externo

Diante do atual cenário, algumas tendências estratégicas estão em evidência para o ambiente no qual a FHE está inserida.

Convergência de indústrias: a inovação e o uso de tecnologias disruptivas, revolucionavam negócios tradicionais, redesenhando indústrias e suas cadeias produtivas.

Conectividade global: o grande fluxo de informações causa mudanças comportamentais na sociedade em vários aspectos. Ao mesmo tempo em que propicia maior liberdade de escolha, reduz a privacidade e traz dúvidas quanto à segurança na gestão de dados. O ambiente é de constante atenção devido ao excesso de informação. A dinâmica de consumo passa da “posse” para o “acesso”.

Tecnologias inteligentes: a tecnologia inteligente elevará o nível de *insight* e a tomada de decisão para além da simples interação entre itens conectados.

Empoderamento dos consumidores: elevação do padrão de exigência e do poder de negociação dos consumidores. Este cenário potencializa a transformação de ambientes competitivos favorecendo o surgimento de entrantes disruptivos.

1.3. A Fundação Habitacional do Exército (FHE)

A FHE possui 87 Pontos de Atendimento distribuídos por todo o território nacional, localizados em sua grande maioria em Organizações Militares, para atender a seus atuais e potenciais beneficiários com qualidade e com facilidade de acesso.



3	Agências
23	Escritórios
14	Postos
47	Pontos Fixos

1.4. Gestão da Marca

A marca FHE é tratada como um ativo estratégico capaz de gerar diferenciação e valor para Instituição e seus produtos.

A busca pela associação positiva à marca FHE é fomentada em todos os pontos de contato com o público externo. Para isso, foi elaborado um manual de identidade visual corporativa.

O objetivo é fazer com que as pessoas, em especial os beneficiários e associados, percebam a seriedade e a credibilidade da Fundação por meio da sua marca, bem como monitorar as aplicações e garantir a sua proteção legal.

1.5. Apoios e Patrocínios

A FHE investe em apoios e patrocínios (esportivo, educacional, cultural e social) desde sua criação, em 1981, sendo que a maior parte dos recursos é direcionada

para organizações militares e clubes/círculos militares vinculados às Forças Armadas.

Os apoios e patrocínios têm por objetivo reforçar a responsabilidade social da FHE e promover o *branding* e o *awareness* da marca junto dos seus públicos-alvo.

2. Cenário Econômico

O cenário externo tornou-se mais desafiador com a pandemia do novo coronavírus e apresentou volatilidade. Como resultado, houve redução do apetite ao risco em relação a economias emergentes. Em 2020, houve menos investimento externo no Brasil. O fechamento de fábricas da montadora Ford no país é um exemplo de perda de mercado e de retração e receio no tocante à economia brasileira.

Conforme o Boletim Focus do Banco Central, de 15 de janeiro de 2021, o mercado prevê, para o fim do ano, que a taxa básica de juros (Selic) atinja 3,25% e o IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo), 3,43% e. O dólar deverá fechar a R\$ 5,00. A estimativa de crescimento para o PIB (Produto Interno Bruto) é de 3,45%.

Indústria Financeira

A indústria bancária tem sido impactada pelas transformações e mudanças vividas no mundo em termos tecnológicos, regulatórios, comportamentais e culturais. As previsões para os próximos anos reforçam a importância de alguns temas que têm potencial para influenciar os negócios.

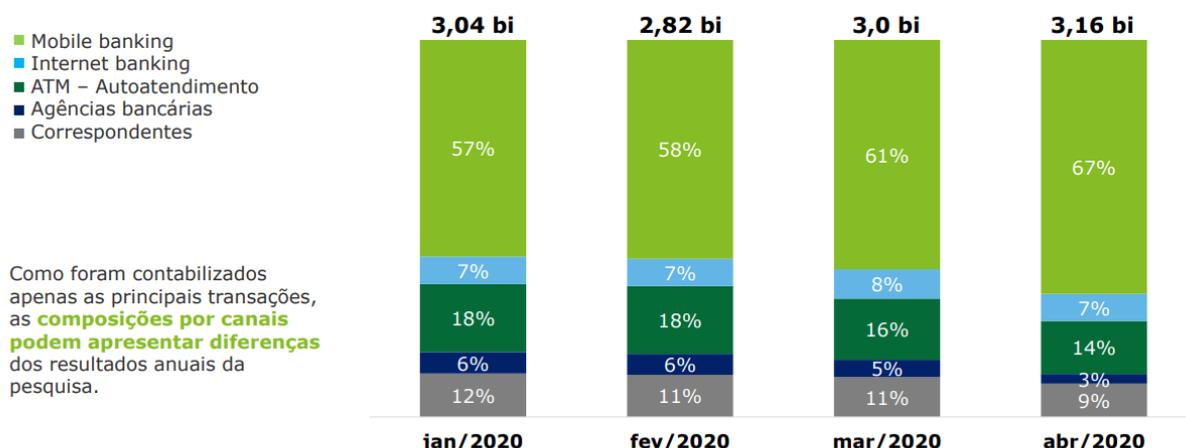
De um modo geral, pode-se dizer que as instituições bancárias já atuam em meio a essa grande transformação, que abrange hábitos de consumo e maior acesso a tecnologias digitais e de mobilidade. O uso crescente de canais virtuais já é uma realidade consolidada.

Segundo dados da Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária, realizada em parceria com a consultoria Deloitte, as transações bancárias feitas por pessoas físicas pelos canais digitais – internet e mobile banking – foram responsáveis por 74% das operações em abril de 2020, um mês após o início da quarentena e das medidas de isolamento social. Os smartphones representaram 67% das transações analisadas neste mês.

A pandemia afetou todos os setores produtivos, mas para os bancos pode servir como uma oportunidade para acelerar a transformação digital.

Os canais digitais representaram 74% do total das transações pesquisadas em abril de 2020; o aumento de 10 p.p. em relação a janeiro foi impulsionado pelo Mobile Banking

Composição das transações realizadas por pessoas físicas¹



Como foram contabilizados apenas as principais transações, as **composições por canais podem apresentar diferenças** dos resultados anuais da pesquisa.

Nota 1: Não foram considerados totas as transações bancárias. Soma de apenas: Saldo, transferência, contratação de crédito, consulta de investimentos, depósitos, pagamentos de contas, saques, recarga de celular.
 Nota 2: Os totais nas colunas estão em milhões de transações.
 2020 Deloitte Touche Tohmatsu. Todos os direitos reservados.

Nesse contexto de evolução tecnológica, será fundamental manter o foco de atuação na boa experiência do usuário/beneficiário. E para tanto, o uso de tecnologias analíticas – analytics (habilidade de analisar e utilizar dados provenientes de ferramentas tecnológicas que consolidam informações obtidas diretamente junto dos usuários/beneficiários), com apoio de *big data* e inteligência artificial, se mostra assertivo para compreender e antever o comportamento dos consumidores.

Sob essa lente, o *analytics* voltou a atenção dos bancos para um melhor uso das informações disponíveis, permitindo o avanço em questões importantes, como a personalização de serviços e o desenho de estratégias para os canais digitais, buscando melhorar a experiência dos beneficiários em cada interação com a marca, por exemplo.

Além do movimento dos grandes bancos de varejo, com a adoção de estratégias digitais, o número de novos atores no mercado financeiro oriundos do ambiente virtual, as chamadas *fintechs*, está cada vez maior e com atuação mais ampla. Elas estão conquistando fatias importantes do mercado, inclusive com autorização para atuarem como instituições financeiras. Podem-se destacar:

- bancos sem pontos físicos de atendimento – NuBank, Banco Original;
- empresas de tecnologia que oferecem seus próprios meios de pagamento – Apple Pay, PayPal, WindowsWallet, Google Wallet, Samsung Pay, PagSeguro UOL;
- grandes varejistas que dispõem de soluções próprias ou realizam parcerias com “bandeiras” – Amazon Pay, AliPay, Renner MasterPass;
- redes sociais que possibilitam transferência de recursos entre seus usuários – Facebook, Snapchat, Dindin; e
- aplicativos e *smartphones* para envio de recursos – Venmo, Xoom, Quicken, Dindin (nacional).

O uso do *mobile* como canal preferencial no relacionamento entre clientes e empresas do mercado financeiro, de forma geral, é reflexo da importância que o dispositivo ganha a cada ano na vida das pessoas. Para acesso à *web*, por exemplo, o uso do celular continua crescendo. Grande parte do tempo que passa conectado, o brasileiro usa para acessar

redes sociais. O Brasil é o segundo país que mais acessa redes sociais, 3 horas e 39 minutos por dia, atrás apenas das Filipinas.

Complementarmente, em 2017, tivemos destaque da rede social Instagram. Com 50 milhões de usuários ativos mensais (são 800 milhões no mundo todo), o Brasil é o segundo no *ranking* da rede social, perdendo apenas para os Estados Unidos. Desse total, 15 milhões são perfis comerciais e 2 milhões já utilizam a rede para fins comerciais. Cerca de 80% dos usuários seguem algum tipo de perfil comercial. Considerados como *'early-adopters'*, os brasileiros são um dos principais produtores de conteúdo e usuários de novas funcionalidades e aplicativos.

Nesse cenário, destacam-se tendências que devem direcionar as empresas e suas ações ao comportamento do novo cidadão, usuário, cliente. Mais do que utilizar o avanço tecnológico para aumentar a produtividade, reduzir custos ou agilizar processos, as empresas estão buscando melhorar a jornada do cliente e tornar cada contato com a marca uma experiência única e agradável.

As relações entre pessoas, coisas, marcas, produtos sofrem o impacto da transformação digital e do incremento exponencial na criação e disponibilização de dados, informações, conteúdo. Entende-se a necessidade diária de geração de conteúdos cada vez mais relevantes, alinhados com as necessidades e desejos dos indivíduos e que, ao mesmo tempo, transmitam o posicionamento de cada marca.

A geração e a disponibilização massiva de conteúdo aumentam a visibilidade das marcas, mas também o risco de reputação, uma vez que hoje as empresas vivem dentro de um grande *"big brother"*, em que reputações são construídas e destruídas em tempo real. Instituições que não estão preparadas para lidar com essa complexidade simplesmente desaparecerão.

3. A FHE e o contexto atual

Frente ao cenário que se apresenta, a FHE vem implementando ações para se posicionar de forma mais relevante junto dos seus beneficiários, públicos de interesse e a sociedade em geral.

Como parte de um planejamento direcionado para a sustentabilidade e perenidade da Instituição, a nova Diretoria trouxe como objetivo principal o foco no cliente. Combinando inovação em tecnologia com o potencial humano instalado, e tendo como objetivo melhorar a experiência dos clientes em cada contato com a marca, a FHE investe na construção de relacionamentos duradouros, pautados na ética e na confiança, possibilitando às pessoas realizarem os seus projetos de vida.

Modelo de Relacionamento Digital

O modelo de relacionamento digital está em constante manutenção evolutiva e a FHE prevê a implementação de novos programas e projetos com foco nos seus beneficiários, tais como:

- **Projeto Personas**

Apresenta os principais perfis de clientes, os quais foram agrupados por hábitos de consumo e comportamento para tornar ainda mais assertivas as ações de *marketing* e vendas.

- **Projeto Jornada do Cliente**

Com a conclusão do Projeto Personas, a FHE POUPEX dará início à análise da jornada do cliente em cada produto para poder entender melhor as alegrias e as frustrações durante todo o processo de compra, desde o impacto até a conversão.

- **Novo site institucional**

Os *sites* da FHE e da POUPEX foram consolidados em apenas um ambiente, o qual disponibiliza os serviços de ambas as Instituições com foco na prestação de serviços aos usuários e, também, no *marketing* digital.

- **Novo Internet Banking**

A ferramenta será remodelada, de forma a oferecer serviços de acordo com as necessidades dos públicos-alvo.

- **Aplicativo**

Disponibiliza funcionalidades do novo *Internet Banking*, de acordo com os monitoramentos de acesso aos serviços mais consumidos pelos usuários.

- **Customer Management Relationship (CRM)**

Será criada a plataforma de relacionamento com o cliente buscando um atendimento mais personalizado e eficiente aos beneficiários além da implementação de ações de marketing com a realização de *cross-selling*, *up-selling* e *down-selling* de acordo com o perfil de cada cliente.

4. **Desafios da Comunicação**

O empoderamento do indivíduo, pela quebra de barreiras ocorrida na transformação digital, muda seu comportamento e hábitos, forçando as empresas a se adaptarem para não serem esquecidas. A vontade de ter experiências únicas, prazerosas e personalizadas impacta a relação de forças de consumo e muda o relacionamento entre consumidores e empresas.

Ao longo de sua história, a FHE buscou sempre oferecer produtos, nas melhores condições, aos seus beneficiários, priorizando o atendimento das necessidades de seus públicos-alvo. Porém, manteve-se restrita ao atendimento presencial, mesmo adotando algumas facilidades digitais e, portanto, tornou-se defasada em relação ao mercado.

Atualmente, vem se modernizando para atualizar todas as interfaces de contato com o cliente, disponibilizando, cada vez mais, produtos e serviços adequados às novas tendências de mercado, nas diversas plataformas.

Assim, os atuais desafios da comunicação consistem em informar essa mudança de postura institucional e contribuir para ampliar a base de clientes dos diversos produtos.

A expectativa é que a solução de comunicação proposta possibilite a distinção da FHE de seus concorrentes; que ela possa ser a Instituição preferencial de seus beneficiários para a aquisição da casa própria, na proteção pessoal e patrimonial e no auxílio financeiro para situações emergenciais.

As propostas obrigatoriamente deverão:

- conter o desenvolvimento de conceito, baseado no conteúdo deste *briefing* e que apresente planejamento de conceituação, lançamento e utilização, com visão de longo prazo;

- demonstrar como o conceito será desdobrado em ações mercadológicas na oferta de soluções, produtos e serviços específicos, que compõem a solução, aos diferentes públicos de interesse;
- contemplar campanha de *endomarketing*;
- apresentar planejamento de curto, médio e longo prazos para as campanhas/ações que fazem parte da proposta; e
- demonstrar integração entre criação e planejamento, de forma que a proposta apresente criatividade, inovação e uniformidade em sua construção, com integração de ações nos diversos meios *on-line* e *off-line*.

5. Objetivos de Comunicação

5.1. Geral

Desenvolver campanha de posicionamento de marca capaz de apresentar a FHE como uma Instituição inovadora e que está inserida nas transformações pelas quais passam o país e o mundo, oferecendo produtos e serviços de qualidade e em ótimas condições para os seus públicos-alvo.

5.2. Específicos

A proposta deverá demonstrar que a FHE:

- É inovadora no desenvolvimento de soluções para aprimorar a experiência dos usuários;
- Desenvolve e redesenha produtos e serviços para atender às necessidades atuais de seus beneficiários com foco na conveniência, facilidade e comodidade;
- Está se aperfeiçoando para atender os novos indivíduos da sociedade, inclusive as gerações Y e *Milenials*, a fim de oferecer a melhor experiência e comodidade de um relacionamento digital; e
- Está atenta às necessidades, aos anseios e interesses dos seus diversos públicos.

6. Públicos-alvo

6.1. Externo: militares das Forças Armadas (ativos e inativos) e seus pensionistas; servidores civis da Marinha, do Exército e da Aeronáutica; e conveniados.

6.2. Interno: empregados da POUPEX em todo o país.

7. Praças da Ação de Comunicação

A ser definida pela FHE e pela licitante, de acordo com as análises demográficas da distribuição dos públicos-alvo pelo país.

8. Período da Ação de Comunicação

O período de divulgação deve ser proposto pela LICITANTE de acordo com sua proposta de estratégia de comunicação e demais informações repassadas no presente documento.

9. Verba Referencial para o Investimento

O valor do investimento destinado para a presente ação é de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) e deve absorver todos os custos de produção, veiculação e desenvolvimento da campanha.

10. Canais Próprios de Comunicação

10.1. Público externo

- a) *Site* institucional unificado (<https://www.poupex.com.br>);
- b) *Internet banking* (<https://aw.fhe.org.br/internetBanking/ExibirLogon.do>);
- c) Perfis da POUPEX nas redes sociais – Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter e YouTube; e
- d) *E-mail marketing*.

10.2. Público interno

- a) Intranet da FHE e da POUPEX; e
- b) *E-mail marketing*.

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE
MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO
ANEXO II – CRITÉRIOS DE JULGAMENTO – PLANILHA DE AVALIAÇÃO Nº 1

Plano de Comunicação				
QUESITO	ANÁLISE CRÍTICA		NOTA	PONTUAÇÃO MÁXIMA POR TÓPICO
RACIOCÍNIO BÁSICO	Excelente	Atendeu de 81% a 100%	5	5
	Ótimo	Atendeu de 61% a 80%	4	
	Bom	Atendeu de 41% a 60%	3	
	Regular	Atendeu de 21% a 40%	2	
	Insuficiente ou não atendeu	Não atendeu (até 20%)	0	
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Excelente	Atendeu de 81% a 100%	20	20
	Ótimo	Atendeu de 61% a 80%	16	
	Bom	Atendeu de 41% a 60%	12	
	Regular	Atendeu de 21% a 40%	8	
	Insuficiente ou não atendeu	Não atendeu (até 20%)	0	
IDEIA CRIATIVA	Excelente	Atendeu de 81% a 100%	20	20
	Ótimo	Atendeu de 61% a 80%	16	
	Bom	Atendeu de 41% a 60%	12	
	Regular	Atendeu de 21% a 40%	8	
	Insuficiente ou não atendeu	Não atendeu (até 20%)	0	
ESTRATÉGIA DE MÍDIA	Excelente	Atendeu de 81% a 100%	10	10
	Ótimo	Atendeu de 61% a 80%	8	
	Bom	Atendeu de 41% a 60%	6	
	Regular	Atendeu de 21% a 40%	4	
	Insuficiente ou não atendeu	Não atendeu (até 20%)	0	
TOTAL MÁXIMO DO INVÓLUCRO N.º 1				55
NOTA MÍNIMA NECESSÁRIA PARA O INVÓLUCRO N.º 1				33

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE

MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO

ANEXO III – CRITÉRIOS DE JULGAMENTO – PLANILHA DE AVALIAÇÃO Nº 2

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação						
Quesito	Subquesito	Descrição	Análise de qualificação	Quantidade / Tipo	Nota	Pontuação máxima por tópico
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Relação de clientes	<p>Relação nominal dos principais clientes atendidos pela PARTICIPANTE nos últimos 5 (cinco) anos com a especificação do período de atendimento de cada um deles.</p> <p>Nível A: ao menos 5 clientes com atuação nacional*.</p> <p>Nível B: ao menos 2 clientes com atuação nacional*.</p> <p>Nível C: apenas clientes com atuação regional</p> <p>* Entende-se como atuação nacional aqueles anunciantes que veicularam pela empresa material em rede nacional ou no mínimo em 5 estados.</p>		Clientes Nível A	5	5,0
				Clientes Nível B	4	
				Clientes Nível C	2	
				Não atendeu = 0	0	
	Equipe	Diretor de Atendimento com experiência mínima comprovada de 8 (oito) anos	Não atendeu = 0	1,0	1,0	1,0
		Profissional de Atendimento com experiência mínima comprovada de 5 (cinco) anos	Não atendeu = 0	1,0	1,0	1,0
		Diretor de Criação com experiência mínima comprovada de 8 (oito) anos	Não atendeu = 0	1,0	1,0	1,0
		Dupla de Profissionais de Criação com experiência mínima comprovada de 5 (cinco) anos	Não atendeu = 0	2	1,0	2,0
		Profissional de Planejamento e Pesquisa com experiência mínima de 8 (oito) anos	Não atendeu = 0	1,0	1,0	1,0
		Profissional de Mídia Digital com experiência mínima comprovada de 5 (cinco) anos	Não atendeu = 0	1,0	1,0	1,0
Infraestrutura	As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato	Não atendeu = 0	1,0	1,0	1,0	
Informações de marketing	Discriminação das informações de <i>marketing</i> e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato	Não atendeu = 0		2,0	2,0	
TOTAL DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO						15

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação					
Quesito	Subquesito	Descrição	Análise da Qualificação	Nota	Pontuação Máxima por Tópico
REPERTÓRIO	Grupo 1	EXCELENTE	ATENDEU DE 81% A 100%	5	5
		ÓTIMO	ATENDEU DE 61% A 80%	4	
		BOM	ATENDEU DE 41% A 60%	3	
		REGULAR	ATENDEU DE 21% A 40%	2	
		INSUFICIENTE OU NÃO ATENDEU	NÃO ATENDEU (ATÉ 20%)	0	
	Grupo 2	EXCELENTE	ATENDEU DE 81% A 100%	5	5
		ÓTIMO	ATENDEU DE 61% A 80%	4	
		BOM	ATENDEU DE 41% A 60%	3	
		REGULAR	ATENDEU DE 21% A 40%	2	
		INSUFICIENTE OU NÃO ATENDEU	NÃO ATENDEU (ATÉ 20%)	0	
	Grupo 3	EXCELENTE	ATENDEU DE 81% A 100%	5	5
		ÓTIMO	ATENDEU DE 61% A 80%	4	
		BOM	ATENDEU DE 41% A 60%	3	
		REGULAR	ATENDEU DE 21% A 40%	2	
		INSUFICIENTE OU NÃO ATENDEU	NÃO ATENDEU (ATÉ 20%)	0	
TOTAL DO REPERTÓRIO					15

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação					
Quesito	Subquesito	Descrição	Análise da Qualificação	Nota	Pontuação Máxima por Tópico
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	Caso 1 de Solução de Desafios de Comunicação	Bom	Atendeu de 67% a 100%	5	5
		Regular	Atendeu de 34% a 66%	2,5	
		Insuficiente ou não atendeu	Não atendeu (até 33%)	0	
	Caso 2 de Solução de Desafios de Comunicação	Bom	Atendeu de 67% a 100%	5	5
		Regular	Atendeu de 34% a 66%	2,5	
		Insuficiente ou não atendeu	Não atendeu (até 33%)	0	
	Caso 3 de Solução de Desafios de Comunicação	Bom	Atendeu de 67% a 100%	5	5
		Regular	Atendeu de 34% a 66%	2,5	
		Insuficiente ou não atendeu	Não atendeu (até 33%)	0	
TOTAL DOS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO					15
PONTUAÇÃO TOTAL DO INVÓLUCRO N.º 3					45

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE

MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO

ANEXO IV – CRITÉRIOS DE JULGAMENTO – PLANILHA DE AVALIAÇÃO Nº 3

PROPOSTA DE PREÇOS					
Quesito	Descrição	Análise de qualificação	Quantidade / Tipo	Nota	Pontuação máxima por tópico
Desconto da tabela P1	Percentual de desconto a ser ofertado à CONTRATANTE sobre o valor da tabela de serviços do SINAPRO/DF	Não atendeu = 0 a 10	A partir de 60%	50	50
			De 30% a 59%	30	
			De 11% a 29%	20	
Desconto padrão P2	Percentual de desconto a ser ofertado na bonificação sobre veiculação, retornando ao cliente como desconto	Não atendeu = 0	5%	25	25
			4%	15	
			3%	10	
Desconto sobre honorários P3	Percentual de desconto a ser ofertado nos honorários sobre serviços de terceiros	Não atendeu = 0	10%	25	25
			7,5%	15	
			5%	10	
PONTUAÇÃO TOTAL DO INVÓLUCRO N.º 4 P = SOMA DE P1+P2+P3					100

Obs.: Na formulação da proposta de preços, os percentuais de desconto e de honorários não poderão ser expressos com casas decimais.

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE

MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO

ANEXO V – FICHA CADASTRAL

(Papel timbrado da empresa)

**FICHA CADASTRAL
LC 521/2021**

DADOS DA EMPRESA:

Razão Social:.....
Nome Fantasia:.....
Endereço:.....
Bairro:..... Cidade:.....
Estado: CEP:
Telefone (DDD): Fax (DDD):
CNPJ:
Inscrição Estadual:
Inscrição Municipal:.....
E-mail:.....

DO CONTRATO SOCIAL:

Data de sua constituição:.....
Data da última alteração:.....

DADOS DO(S) REPRESENTANTE(S):

1. Nome do (a) Representante Legal:
Endereço completo:
Complemento:.....
Bairro:..... Cidade:.....
Estado: País: CEP:
Telefone (DDD): Fax (DDD):.....
E-mail:.....
CPF:.....

DADOS BANCÁRIOS:

Nome do Favorecido – (RAZÃO SOCIAL DA CONTRATADA)
CNPJ – 00.000.000/0000-00
Número do Banco - 000
Nome do Banco - Banco Fulano S/A
Número da Agência Bancária – 0000-0 (INFORMAR INCLUSIVE O DÍGITO)
Número da Conta Corrente – 0000-0 (INFORMAR INCLUSIVE O DÍGITO)
Modalidade de Conta – CONTA CORRENTE/CONTA POUPANÇA

(Nome da cidade), ----- de ----- de 2021.

.....
Nome e assinatura do representante legal da empresa
Cédula de Identidade (número e órgão expedidor)

OBSERVAÇÃO: caso o representante que estiver subscrevendo o presente documento não seja o sócio administrador ou diretor, declarado no contrato social ou na ata de constituição, será necessário comprovar os poderes para assinatura.

APÊNDICE A DO ANEXO V –
DECLARAÇÃO DE RETIRADA DO INVÓLUCRO PADRONIZADO Nº. 01

Nome da empresa: _____
CNPJ da empresa: _____
Endereço: _____
Cidade: _____
Telefone: _____ Fax: _____ E-mail: _____
Pessoa de contato: _____

Declaramos que recebemos o Invólucro Padronizado Nº. 01.

(Nome da cidade), ----- de ----- de 2021.

.....

Nome e assinatura do representante legal da empresa
Cédula de Identidade (número e órgão expedidor)
CPF:

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE**MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO****ANEXO VI – MINUTA DO CONTRATO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA****CONTRATO SERVIÇOS Nº XX/2021 - FHE****CONTRATO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, CELEBRADO ENTRE A FUNDAÇÃO HABITACIONAL DO EXÉRCITO - FHE E A _____.**

A **FUNDAÇÃO HABITACIONAL DO EXÉRCITO-FHE**, doravante denominada **FHE**, é uma entidade dotada de personalidade jurídica de **direito privado**, criada pela Lei 6.855, de 18 de novembro de 1980, sem fins lucrativos, com autonomia administrativa, com **patrimônio próprio e exclusivamente privado**, cujo funcionamento **não é custeado por recursos públicos**. A Fundação Habitacional do Exército, integrante do Sistema Financeiro de Habitação, com sede na Avenida Duque de Caxias s/nº, Setor Militar Urbano - SMU, em Brasília/DF, inscrita no CNPJ sob o nº 00.643.742/0001-35 e no CF/DF sob o nº 07.483.284/001-05, neste ato representada por _____ (**qualificação completa**) _____, aqui denominada simplesmente **CONTRATANTE**, contrata, por este, e na melhor forma de direito, a _____ (**nome da empresa**) sediada à _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, (IE ou IM ou CF/DF) _____, neste ato representada, na forma de seu Estatuto Social, por seu _____, o (a) Sr.(a). _____ (nome), _____ (nacionalidade), _____ (estado civil), _____ (profissão), portador da CI nº _____, expedida por _____ e inscrito no CPF sob o nº _____, residente e domiciliado em _____, aqui denominada simplesmente **CONTRATADA**, têm justo e avençado um contrato de prestação de serviços de engenharia, conforme Licitação nº 521/2021, de 7/5/2021, em conformidade com a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e Proposta Comercial da CONTRATADA, de ___/___/2021, partes integrantes deste contrato, que será regido pelas cláusulas seguintes:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. O objeto do presente contrato é prestação de serviços publicitários para a divulgação *on-line* e *off-line* dos produtos da Fundação Habitacional do Exército (FHE), de acordo com as condições e exigências estabelecidas neste instrumento, em seus anexos e conforme condições estatuídas no **EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE**:

1.1.1. Os serviços serão prestados à FHE e compreendem o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de incrementar a base de clientes e cumprir as metas do Planejamento Estratégico, assim definidos:

1.1.1.1. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;

1.1.1.2. à produção e à execução técnica das peças e materiais publicitários criados pelas empresas;

1.1.1.3. ao monitoramento da publicidade das empresas concorrentes da FHE e da POUPEX nas diversas mídias, inclusive nas mídias sociais, com repasse mensal das informações quantitativas e qualitativas;

1.1.1.4. à proposição da estratégia de mídia – acompanhada de simulações e de justificativa técnica, nas praças previamente designadas – contemplando mídia digital ou qualquer outro meio inovador de divulgação;

1.1.1.5. à conferência das veiculações autorizadas pela FHE e formalização das eventuais recomendações de alterações para aprovação;

1.1.1.6. à criação e ao 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. A CONTRATADA deverá permitir e ceder a CONTRATANTE, pelo período contratual, a utilização das imagens de produções audiovisuais e de peças publicitárias, bem como autorizar a Associação de Poupança e Empréstimo (POUPEX), a usar o referido material.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – CONDIÇÕES PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

2.1. A CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE, para apreciação e aprovação, o Plano de Mídia da campanha, em até 7 (sete) dias após a ratificação, pela CONTRATANTE, do *leiaute* das peças publicitárias e do roteiro das produções audiovisuais.

2.2. A CONTRATADA deverá apresentar escopo e cronograma de implementação da ferramenta tecnológica de controle de verba de mídia, cujos custos de implementação e manutenção deverão ser por elas arcados.

2.2.1. Essa ferramenta será operacionalizada pela CONTRATADA, com acesso da CONTRATANTE, e deverá gerenciar e controlar todas as etapas das ações de comunicação, utilizando como referência os seguintes parâmetros:

a.) cadastramento dos contratos/acordos firmados com veículos;

b.) controle de verbas autorizadas pela CONTRATANTE, em separado, no decorrer do contrato;

c.) controle de inserções;

d.) emissão de relatórios gerenciais, por campanha e/ou projetos especiais;

e.) a CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, utilizar ferramenta própria de gestão e controle de mídia, comunicando a CONTRATADA com antecedência de 30 (trinta) dias para a adoção deste aplicativo e demais medidas que forem necessárias para a migração das informações da ferramenta em utilização;

2.2.2. a CONTRATANTE poderá acessar todos os dados da ferramenta, inclusive fazer *download* e solicitar a emissão de relatórios por ele disponibilizados

2.3. Cabe à CONTRATADA selecionar os fornecedores responsáveis pela produção das peças publicitárias e audiovisuais.

2.4. Submeter previamente à CONTRATANTE, para aprovação, as propostas de contratação de terceiros relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, apresentando, no mínimo, 03 (três) propostas alternativas, indicando aquela mais adequada para a execução dos serviços a serem contratados ou justificando a impossibilidade de assim proceder.

2.4.1. A critério da CONTRATANTE, a mesma poderá apresentar outras cotações a serem incluídas juntas às realizadas pela CONTRATADA, visando ampliar o número de propostas alternativas.

2.5. A CONTRATADA será responsável por quaisquer correções necessárias na criação e na produção das peças publicitárias e audiovisuais, que deverão ser realizadas no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento da notificação, sem quaisquer ônus adicionais para a CONTRATANTE.

2.6. A CONTRATANTE participará com a CONTRATADA do processo de negociação com os veículos de comunicação definidos no Plano de Mídia, autorizando ao fim, se for o caso, a veiculação das peças publicitárias e das produções audiovisuais.

2.6.1. Caso não haja acordo entre as partes, a CONTRATANTE poderá solicitar à CONTRATADA a substituição do veículo de comunicação e a correspondente alteração do Plano de Mídia.

2.6.2. Apresentar, até o dia 15 (quinze) de cada mês, uma relação das despesas previamente aprovadas, correspondentes ao mês anterior, na qual serão incluídas as dos meses anteriores, até então não liquidadas;

2.6.3. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração do orçamento e listagem dos serviços executados por terceiros, e que venham a implicar em aumento das despesas ou perda dos descontos.

2.7. A CONTRATADA coordenará e acompanhará todas as operações relacionadas aos serviços objetos do presente contrato e não executará, sem prévia e expressa autorização da CONTRATANTE, qualquer um deles.

2.8. As pesquisas a que se referem ao item 1.1.1. e subitens serão realizadas para subsidiar o desenvolvimento e a avaliação das divulgações *on-line* e *off-line* da CONTRATANTE. A escolha da empresa para a realização da pesquisa será previamente referendada pela CONTRATANTE. As pesquisas terão a finalidade de:

2.8.1. gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CONTRATANTE, os públicos-alvo específicos e os meios de comunicação *on-line* e *off-line* nos quais serão difundidas as peças;

2.8.2. aferir a proposição estratégica, a criação e as mensagens a serem divulgadas;

2.8.3. possibilitar a avaliação e a mensuração dos resultados das peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem aderência temática com a divulgação *on-line* e *off-line* ou com o objeto deste documento.

2.9. **Especificações das Pesquisas:**

a.) Pré-teste de campanha: esta pesquisa é vinculada à concepção e criação de campanhas, peças e ações interativas (em canais como redes sociais e mobile) e tem por objetivo testar a campanha junto ao seu público-alvo, buscando levantar o entendimento dos conceitos e das mensagens a serem transmitidas, bem como identificar a linha criativa mais adequada.

a1.) a CONTRATANTE terá direito a solicitar a realização de 1 (uma) pesquisa de pré-teste a cada campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor seja igual ou inferior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), de acordo com sua conveniência;

a2.) a CONTRATANTE terá direito a solicitar, anualmente, realização de até 5 (cinco) pesquisas pré-teste para campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor total seja inferior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), de acordo com sua conveniência;

a3.) tal direito não poderá ser transferido ou acumulado para campanhas futuras, salvo manifesta concordância da empresa;

a4.) serão escolhidas até 5 (cinco) praças para realização das pesquisas a cada campanha, de acordo com a necessidade da FHE;

a5.) a metodologia a ser utilizada na pesquisa é qualitativa, com a realização de até 4 (quatro) Grupos de Discussão, por pré-teste;

a6.) os Grupos de Discussão poderão ser substituídos por outras técnicas de pesquisa, a critério da FHE, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas;

a7.) eventual necessidade de alteração técnica do escopo pré-definido nos itens acima, será solicitada pela FHE e negociado entre as partes.

b.) Avaliação de resultados: tem por objetivo verificar a performance dos indicadores de comunicação e demais elementos técnicos de cada campanha.

b1.) a CONTRATANTE terá direito a solicitar a realização de 1 (uma) pesquisa de avaliação de resultados a cada campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor seja igual ou inferior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), de acordo com sua conveniência;

b2.) a CONTRATANTE terá direito a solicitar, anualmente, a realização de até 4 (quatro) pesquisas de avaliação de resultados para campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor total seja inferior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), de acordo com sua conveniência;

b3.) tal direito não poderá ser transferido ou acumulado para campanhas futuras, salvo manifesta concordância da empresa;

b4.) serão escolhidas até 5 (cinco) praças para realização das pesquisas a cada campanha, de acordo com a necessidade da CONTRATANTE;

b5.) a metodologia a ser utilizada na pesquisa de avaliação de resultados é a quantitativa, com a realização de entrevistas, respeitando o limite máximo de 1.000 (um mil) entrevistas no total;

b6.) as entrevistas poderão ser substituídas por outras técnicas de pesquisa, a critério da CONTRATANTE, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas.

c.) Pesquisa de avaliação da divulgação: analisar se as campanhas durante o ano foram percebidas, se os conceitos escolhidos foram fixados pelos públicos-alvo e a contribuição das campanhas na percepção do posicionamento/propósito e na identidade da marca.

c1.) serão realizadas até 3 (três) pesquisas de avaliação da divulgação por ano, desde que no máximo 1 (uma) na metodologia qualitativa;

c2.) serão escolhidas até 5 (cinco) praças para realização das pesquisas a critério da CONTRATANTE;

c3.) as metodologias a serem utilizadas na pesquisa de avaliação da divulgação são a qualitativa, com a realização de Grupos de Discussão, respeitando o limite máximo de 5 (cinco) grupos, e a quantitativa, com a realização de entrevistas, respeitando o limite máximo de 1.000 (um mil) entrevistas no total;

c4.) as quantidades de grupos e/ou entrevistados, bem como as técnicas utilizadas, poderão ser substituídas, a critério da CONTRATANTE, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas.

c5.) eventual necessidade de alteração técnica do escopo pré-definido nos itens acima, será solicitada pela CONTRATANTE e negociado entre as partes.

d.) Pesquisa para geração de conhecimento para ações de publicidade: avaliar a aceitação dos públicos-alvo sobre diferentes ideias criativas/conceitos e/ou auxiliar na escolha de mercados/públicos-alvo, mensagens publicitárias, *slogans*, nomes, mídias ou veículos de comunicação.

d1.) poderão ser realizadas até 3 (três) pesquisas por ano, a serem demandadas pela CONTRATANTE, independente de valor envolvido na campanha ou fase componente da campanha;

d2.) a metodologia a ser utilizada poderá ser a de pesquisa qualitativa, com a realização de Grupos de Discussão, respeitando o limite máximo de 5 (cinco) grupos no total, ou de pesquisa quantitativa respeitando o limite máximo de 500 (quinhentas) entrevistas, a critério da CONTRATANTE;

d3.) serão escolhidas até 5 (cinco) praças para realização das pesquisas a critério da CONTRATANTE;

d4.) no caso da escolha da técnica de pesquisa qualitativa, os grupos de discussão poderão ser substituídos por outras técnicas de pesquisa qualitativa, a critério da CONTRATANTE, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas.

d5.) no caso da escolha da técnica de pesquisa quantitativa, a realização das entrevistas poderá ser substituída por outra forma de coleta, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas.

d6.) eventual necessidade de alteração técnica do escopo pré-definido nos itens acima, será solicitada pela FHE e negociado entre as partes.

2.10. A CONTRATADA deverá indicar, para validação prévia da CONTRATANTE, 1 (um) mesmo instituto para realizar as pesquisas de “Pré-teste de campanha” e “Avaliação de Resultados”, no período de 12 meses, com o objetivo de um melhor aproveitamento do histórico das informações nas análises dos resultados e de uma execução mais ágil. Nos meses subsequentes, a critério da CONTRATANTE, o contrato com o Instituto de Pesquisa poderá ser renovado.

2.11. Os serviços especializados a que se refere ao item 1.1.1.6, deste contrato, compreendem:

a.) as tecnologias de monitoramento, análise e otimização das ações de comunicação, ferramentas como DMP – *Data Management Platform* ou DSP – *Demand Side Platform*, mídia programática, *adserver* e outros;

b.) qualquer outra forma inovadora de expansão dos efeitos das ações de comunicação que venha a surgir, se enquadre nessas características e seja reconhecida pela CONTRATANTE.

2.12. Para fins desta contratação, as ações de publicidade não abrangem ações de promoção e patrocínio.

2.13. Excluem-se do conceito de patrocínio acima mencionado os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de comunicação e divulgação.

2.14. Também é vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, promoção, patrocínio ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.15. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra empresa da mesma natureza para a execução de serviços e atuará por conta e ordem da CONTRATANTE, desde que tenha previamente identificado os fornecedores e obtido a necessária autorização expressa da CONTRATANTE, na contratação de:

a.) fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais, além da execução dos serviços conexos e complementares;

b.) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

2.16. A CONTRATADA atuará por conta e ordem da CONTRATANTE em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares e de veículos de comunicação e divulgação e demais meios de comunicação e divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

2.17. A CONTRATANTE e a CONTRATADA são pessoas jurídicas totalmente distintas e independentes, não configurando este contrato nenhuma forma de sociedade, pelo que os profissionais terceirizados designados pela CONTRATADA, para a prestação dos serviços objetos desse contrato atuarão sem qualquer subordinação laboral à CONTRATANTE, não ensejando nenhum vínculo ou relação de trabalho com a CONTRATANTE.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – DO PREÇO

3.1. O valor total do presente contrato é de **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)**, fixo e irrevogável.

3.2. Conforme proposta apresentada no transcórrer do processo licitatório a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

Item	Remuneração da CONTRATADA sobre os serviços (A)	Desconto concedido pela CONTRATADA (B)	Valor em R\$ de Terceiros de acordo com Plano de Mídia a ser aprovado pela CONTRATANTE (C)	Estimativa em R\$ de Remuneração da CONTRATADA (D)	Total da Distribuição da Verba em R\$ (= C+D)

Criação	Tabela do SINAPRO				
Produção	___%C			(=C*A)	
Veiculação	___%C(*)			(=C*A)	
Subtotal					

3.3. A remuneração da agência contratada far-se-á de acordo com o que dispõe a Lei Nº. 4.680, de junho de 1965, e demais diplomas legais em vigor, observando-se os parâmetros seguintes:

3.4. Os *layouts* reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA não serão pagos, ainda, *layouts* solicitados e aprovados e que venham a ser cancelados durante o processo de produção e/ou veiculação.

3.5. Quaisquer descontos especiais resultantes de negociações, além dos descontos normais previstos em tabela que venham a ser concedidos pelos veículos ou fornecedores, serão integralmente transferidos para a CONTRATANTE.

3.6. As despesas decorrentes deste contrato correrão por conta dos recursos próprios, consignado por seu orçamento. Centro de custo: CECOM, conta contábil/orçamentária 817450010000001 – Publicidade e Propaganda.

3.7. A CONTRATADA obriga-se a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões de serviços que se fizerem necessários à execução do objeto do contrato, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial do contrato, devidamente atualizado, sendo firmados, para isto, aditamentos ao contrato, prevalecendo, obrigatoriamente, os preços unitários do orçamento constante da proposta da CONTRATADA. Nos casos em que os preços unitários dos serviços acrescidos não constarem do orçamento previsto na proposta, os ditos preços unitários deverão ser submetidos à prévia aprovação da CONTRATANTE.

3.8. Nos preços fixados nesta cláusula estão compreendidos todos os custos e despesas que, direta ou indiretamente, decorram do cumprimento pleno e integral do objeto deste contrato, tais como e sem se limitar a: frete, transporte, passagens e diárias, hospedagem, deslocamentos, alimentação, salários, honorários, Equipamentos de Proteção Individual – EPI, Equipamentos de Proteção Coletiva – EPC, materiais e equipamentos, encargos sociais, trabalhistas, securitários, previdenciários e acidentários, lucro, taxa de administração e tributos, constituindo, a qualquer título, a única e completa remuneração pela adequada e perfeita execução dos serviços, de modo que nenhuma outra será devida.

4. CLÁUSULA QUARTA – FORMA E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

4.1. A CONTRATANTE pagará à CONTRATADA os valores calculados, conforme fórmula constante do quadro do item 3.2, após o pagamento do fornecedor terceirizado, se for o caso, até o 10º (décimo) dia do mês subsequente ao da prestação do serviço, mediante atesto na Nota Fiscal/Fatura a ser apresentada com 10 (dez) dias úteis de antecedência do vencimento.

4.1.1. Os fornecedores terceirizados serão pagos de acordo com o previsto no Plano de Mídia, obedecendo ao plano de distribuição de verba e mediante atesto na Nota Fiscal, entregue pela CONTRATADA com pelo menos 10 (dez) dias úteis de antecedência ao vencimento.

4.2. Os honorários não serão devidos quando a CONTRATADA receber diretamente dos fornecedores terceirizados comissão equivalente ao desconto.

4.3. A CONTRATANTE se compromete a pagar os serviços de terceiros previamente autorizados em documento apropriado para tal.

4.4. As Notas Fiscais (NFe/DANFE) deverão ser preenchidas com os dados da CONTRATANTE informados a seguir:

- ESTADO/UF

Razão social: Fundação Habitacional do Exército – FHE

CNPJ: _____

Inscrição municipal ou CF/DF: _____

End.: _____

Cidade: _____

CEP: _____

4.4.1. O recebimento das Notas Fiscais (NFe/DANFE) deverá ocorrer até o 3º dia útil do mês subsequente à execução dos serviços, no endereço eletrônico: pagamento.gecoc@fhe.org.br, e/ou físico da CONTRATANTE, aos cuidados da Gerência de Compras e Contratos – GECOC.

4.4.2. A liberação das Notas Fiscais (NFe/DANFE) para pagamento está condicionada ao preenchimento correto, ao atesto pela fiscalização e a apresentação dos documentos previstos abaixo, podendo ensejar na contagem de novo prazo para o efetivo pagamento após a regularização das pendências.

- a.) Certificado de Regularidade de Situação – CRF/FGTS;
- b.) Certidão Negativa de Tributos Federais e Dívida Ativa da União;
- c.) Certidões Negativas de Tributos Estaduais e Municipais;
- d.) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

4.4.3. As certidões acima, das alíneas “a” a “d”., poderão ser substituídas pelo Certificado de Registro Cadastral do SICAF desde que indique situação de regularidade fiscal.

4.4.4. Na impossibilidade de emissão de carta de correção, a Nota Fiscal irregularmente preenchida, deverá ser cancelada pela CONTRATADA, após a comunicação da CONTRATANTE. Será contando novo prazo para o efetivo pagamento, após a entrega da nota fiscal devidamente corrigida. A devolução da nota fiscal não servirá de pretexto à suspensão dos serviços, do pagamento devido a empregados ou à inadimplência de qualquer obrigação financeira decorrente da execução do contrato ou mesmo ao descumprimento de quaisquer cláusulas contratuais.

4.4.5. A CONTRATANTE obriga-se a efetuar as retenções tributárias incidentes nos percentuais e alíquotas determinados por Leis e Decretos, para as quais a CONTRATADA deverá destacar na Nota Fiscal os respectivos valores das retenções cabíveis.

4.4.6. Caso se enquadre na definição de microempresa ou empresa de pequeno porte optante pelo Simples Nacional a CONTRATADA deverá comprovar, no prazo de 90 (noventa) dias contados da assinatura do contrato, a comunicação, à Secretaria da Receita Federal, da exclusão obrigatória do referido regime tributário diferenciado (quando o caso), nos termos do art. 30, inciso II e §1º, inciso II da Lei Complementar nº 123/2006.

4.4.7. Caso a CONTRATADA não comprove a comunicação no prazo estabelecido no parágrafo anterior, a CONTRATANTE comunicará à Secretaria da Receita Federal, para avaliação da hipótese de exclusão do Simples Nacional prevista no art. 29, inciso I da Lei Complementar nº 123/2006.

4.5. Para que o pagamento seja realizado por meio de depósito bancário, as informações abaixo devem estar atualizadas, vinculadas ao CNPJ da CONTRATADA, ou de alguma de suas filiais, desde que devidamente registrado na nota fiscal.

Nome do Favorecido – (RAZÃO SOCIAL DA CONTRATADA)

CNPJ – 00.000.000/0000-00

Número do Banco – 000

Nome do Banco – BANCO FULANO S/A

Número da Agência Bancária – 0000-0 (INFORMAR INCLUSIVE O DÍGITO)

Número da Conta Corrente – 0000-0 (INFORMAR INCLUSIVE O DÍGITO)

Modalidade de Conta – CONTA CORRENTE/CONTA POUPANÇA

4.6. Na hipótese de devolução do pagamento pelo sistema bancário em virtude de divergências nas informações cadastrais oriundas da CONTRATADA, a CONTRATANTE fica autorizada a descontar o valor correspondente a tarifa bancária resultante da nova transação para quitação das obrigações contratadas.

4.7. Os pagamentos estão condicionados à apresentação, por parte da CONTRATADA, dos documentos relativos ao item 4.4.2.

4.8. Será considerada inválida qualquer forma de cobrança realizada em desacordo com o previsto nesta cláusula.

4.9. O não pagamento de quaisquer valores devidos pela CONTRATANTE no prazo acima mencionado implicará a incidência dos seguintes encargos moratórios, até a data do efetivo pagamento:

4.9.1. Juros de mora de 1% (um por cento) ao mês, calculados “pro rata die”; e

4.9.2. Multa de 2% (dois por cento) sobre o parcelamento em atraso.

5. CLÁUSULA QUINTA – DO PRAZO

5.1. O prazo global para a execução dos serviços contratados será 12 (doze) meses, contados a partir da sua assinatura, podendo ser prorrogado por igual e sucessivo período, mediante assinatura de Termo Aditivo, caso sejam preenchidos os requisitos abaixo enumerados de forma simultânea:

5.1.1. os serviços tenham sido prestados regularmente;

5.1.2. a CONTRATADA não tenha sofrido qualquer punição de natureza pecuniária;

5.1.3. a CONTRATANTE ainda tenha interesse na realização do serviço;

5.1.4. o valor do contrato permaneça economicamente vantajoso para a CONTRATANTE; e

5.1.5. a CONTRATADA concorde com a prorrogação do contrato.

5.2. O prazo para a realização de cada campanha publicitária será definido pela CONTRATANTE mediante demanda à CONTRATADA.

6. CLÁUSULA SEXTA – DO REAJUSTAMENTO

6.1. Na hipótese de prorrogação do prazo de vigência contratual, o valor pactuado no item 3.1 poderá ser reajustado anualmente e calculado pela variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), ou, em caso de sua extinção ou não divulgação, outro índice equivalente, que melhor se ajuste ao objeto do contrato, ou ainda, por acordo entre as partes.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

7.1. São obrigações da CONTRATADA:

7.1.1. credenciar, por escrito, o(s) representante(s) que será(ão) o(s) seu(s) interlocutor(es), no que diz respeito à execução do presente contrato;

7.1.2. executar os serviços objetos desse contrato somente por profissionais devidamente qualificados e capacitados;

7.1.3. responsabilizar-se pela veracidade, idoneidade, suficiência e exatidão das informações fornecidas à CONTRATANTE referentes à qualificação de sua equipe técnica;

7.1.4. facilitar a ampla ação de fiscalização da CONTRATANTE, possibilitando pronto acesso aos serviços em execução e atendendo imediatamente às observações e exigências que lhe forem apresentadas;

7.1.5. alertar seus prepostos, empregados e/ou prestadores de serviços acerca da boa conduta, principalmente, no tocante à disciplina, ética e discricção quando da execução de suas tarefas;

7.1.6. prestar todos os esclarecimentos e as informações necessárias para o acompanhamento e a evolução dos serviços objetos desse contrato;

7.1.7. refazer, sem ônus para a CONTRATANTE, os serviços executados em desacordo com as características e especificações exigidas nesse contrato e na Proposta Técnica da CONTRATADA;

- 7.1.8. responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade e/ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto do presente contrato;
- 7.1.9. operar como uma organização completa e independente, fornecendo serviços de comprovada qualidade e mão-de-obra necessária especializada;
- 7.1.10. cumprir durante a execução dos serviços contratados, todas as Leis e posturas Federais, Estaduais e Municipais, pertinentes e vigentes, sendo a única responsável por prejuízos decorrentes a que houver dado causa;
- 7.1.11. responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;
- 7.1.12. manter, por escrito, todos os entendimentos sobre os serviços com a CONTRATANTE, ressalvados os verbais determinados pela urgência, que deverão, todavia, ser confirmados por escrito, dentro de dois dias úteis;
- 7.1.13. responsabilizar-se integralmente pelos danos causados, direta ou indiretamente, à CONTRATANTE ou a terceiros, em decorrência da prestação dos serviços, objeto deste Contrato;
- 7.1.14. utilizar as ideias concedidas em função deste compromisso e executá-las somente em propaganda autorizada pela CONTRATANTE;
- 7.1.15. elaborar as mídias dos veículos de comunicação de acordo com as tabelas de preços vigentes, submetendo-se à devida aprovação;
- 7.1.16. responsabilizar-se pelo pagamento dos serviços prestados por terceiros, não cabendo à CONTRATANTE qualquer obrigação sobre os pagamentos devidos pela CONTRATADA a terceiros;
- 7.1.17. entregar os serviços solicitados, indicados na ordem de fornecimento (enviadas via e-mail, fac-símile ou expressa), ao fiscal designado deste Contrato;
- 7.1.18. não designar, para a prestação dos serviços objetos desse contrato, familiar de dirigente ou de empregado da CONTRATANTE ou da Associação de Poupança e Empréstimo - POUPEX.
- 7.1.19. considera-se familiar o cônjuge, o companheiro ou o parente em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau;
- 7.1.20. não transferir, por qualquer forma, os direitos e as obrigações que o presente contrato lhe atribui, salvo com a expressa anuência da CONTRATANTE, manifestada por escrito e por quem detenha poderes para tanto;
- 7.1.21. não se pronunciar em nome da CONTRATANTE, inclusive junto dos órgãos de imprensa, sobre nenhum assunto relativo à sua atividade, guardar sigilo absoluto quanto a toda informação obtida da CONTRATANTE em decorrência do presente contrato, bem como não divulgar ou reproduzir nenhum documento, instrumentos normativos e materiais encaminhados pela CONTRATANTE;
- 7.1.22. não utilizar o nome da CONTRATANTE, ou sua qualidade de prestador de serviços, em qualquer forma de divulgação de suas atividades, tais como cartões de visita, anúncios, impressos ou qualquer outro tipo de propaganda;
- 7.1.23. ressarcir toda e qualquer quantia que for efetivamente paga pela CONTRATANTE em decorrência do ato ou fato culposos e/ou dolosos dos empregados, prestadores de serviços e/ou prepostos da CONTRATADA;
- 7.1.24. pagar todos os tributos, contribuições fiscais e parafiscais que incidam ou venham a incidir, direta ou indiretamente, sobre os serviços objetos do contrato. Fica, desde logo, convencionado que a CONTRATANTE poderá descontar, de qualquer crédito da CONTRATADA, a importância correspondente a eventuais pagamentos dessa natureza, que venha a efetuar por imposição legal;
- 7.1.25. cumprir todas as leis e os instrumentos normativos reguladores da sua atividade empresarial, bem como satisfazer, às suas próprias expensas, todas e quaisquer exigências legais decorrentes da execução do presente contrato; e

7.1.26. assumir inteira responsabilidade por todos e quaisquer danos provocados à CONTRATANTE decorrente de atos comissivos e omissivos praticados por seus sócios, associados, integrantes não sócios, empregados, representantes, prestadores de serviços e prepostos durante a execução do contrato. Os danos causados à CONTRATANTE serão suportados pela CONTRATADA e por seus sócios, integrantes não sócios e associados, solidária e ilimitadamente, sem prejuízo das demais responsabilidades legalmente imputáveis.

7.2. A CONTRATADA é, para todos os fins e efeitos jurídicos, única e exclusiva responsável por seus empregados, prepostos e/ou prestadores de serviços, afastada a CONTRATANTE, em todas as hipóteses, de qualquer responsabilidade fiscal, trabalhista, comercial, civil, penal, administrativa e previdenciária pelos contratos firmados pela CONTRATADA. Desde já, a CONTRATADA obriga-se a excluir a CONTRATANTE de toda demanda judicial promovida por seu empregado, preposto e/ou seu contratado para prestação de serviços objetos desse contrato, isentando a CONTRATANTE de todo e qualquer ônus, responsabilidade e/ou vínculo para com estes.

7.3. caso seja mantida a presença da CONTRATANTE em eventuais reclamações trabalhistas ou quaisquer outras ações, administrativas ou judiciais, que tenham como fundamento matérias objetos do presente contrato, a CONTRATADA obriga-se, desde logo e sem qualquer discussão, a ressarcir a CONTRATANTE de todos os valores despendidos e de adiantar pagamentos a serem efetuados em razão de eventuais condenações, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, contados da solicitação nesse sentido, sob pena de multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da condenação ou do valor efetivamente pago, em conformidade com o art. 408 do Código Civil.

8. CLÁUSULA OITAVA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

8.1. São obrigações da CONTRATANTE:

8.1.1. credenciar, por escrito, o(s) representante(s) que será(ão) o(s) seu(s) interlocutor(es) no que diz respeito à execução do presente contrato;

8.1.2. acompanhar e fiscalizar a execução dos serviços contratados, podendo rejeitar, no todo ou em parte, os serviços em desacordo com as obrigações assumidas pela CONTRATADA;

8.1.3. fornecer à CONTRATADA todas as informações necessárias à execução dos serviços objetos desse contrato;

8.1.4. relacionar-se com a CONTRATADA exclusivamente por meio de pessoa por ela credenciada;

8.1.5. notificar a CONTRATADA, por escrito, sobre ou a respeito de quaisquer defeitos e irregularidades encontrados nas execuções dos serviços, fixando-lhe prazos para correções; e

8.2. efetuar os pagamentos de sua responsabilidade nas datas previstas, desde que cumpridos todos os procedimentos administrativos de responsabilidade da CONTRATADA.

9. CLÁUSULA NONA – RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

9.1. Em cumprimento às diretrizes da Política de Responsabilidade Socioambiental da CONTRATANTE, a CONTRATADA se compromete a:

9.1.1. não permitir a prática de trabalho análogo ao escravo ou qualquer outra forma de trabalho ilegal na execução de suas atividades, bem como implementar esforços junto aos seus respectivos fornecedores de produtos e serviços, a fim de que esses também se comprometam no mesmo sentido;

9.1.2. não empregar menores de 18 (dezoito) anos para trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menores de 16 (dezesesseis) anos para qualquer trabalho, salvo na condição de menor aprendiz;

9.1.3. não permitir a prática ou a manutenção de atos discriminatórios que limitem o acesso à relação de emprego, bem como a implementar esforços nesse sentido junto aos seus respectivos fornecedores;

9.1.4. buscar prevenir e erradicar práticas danosas ao meio ambiente, exercendo suas atividades em observância dos atos legais, normativos e administrativos relativos à produção, consumo e destinação dos

resíduos sólidos de maneira sustentável, implementando ainda esforços nesse sentido junto aos seus respectivos fornecedores; e

9.1.5. comprovada a não observância dos preceitos acima, a CONTRATANTE notificará a CONTRATADA para a respectiva regularização. O não atendimento da notificação sujeitará a CONTRATADA às penalidades previstas contratualmente e até mesmo a inviabilização da renovação do pacto sem prejuízo das cominações legais.

10. CLÁUSULA DÉCIMA – DA PROTEÇÃO DOS DADOS E DAS INFORMAÇÕES DA CONTRATANTE E DE TERCEIROS

10.1. A CONTRATADA, além de adotar medidas de segurança, técnicas e administrativas de proteção de dados e confidencialidade, compromete-se a não utilizar, compartilhar ou comercializar quaisquer elementos de dados pessoais (sejam eles físicos ou lógicos), que se originem, sejam criados ou que passe a ter acesso a partir da assinatura do presente contrato, sendo igualmente vedada a utilização desses dados após o encerramento deste instrumento.

10.2. Na ocasião do encerramento deste instrumento contratual, serão realizados os seguintes procedimentos:

10.2.1. transferência dos dados e informações à nova prestadora de serviços ou à CONTRATANTE, a critério da última; e

10.2.2. exclusão, pela CONTRATADA, dos dados e informações recebidos, após sua transferência e confirmação da integridade e da disponibilidade por parte da CONTRATANTE.

10.3. A CONTRATADA deverá informar, quando solicitado, as medidas de segurança, técnicas e administrativas empregadas com o objetivo de proteger os dados pessoais de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação, difusão, acesso não autorizado ou qualquer outra forma de tratamento inadequado ou ilícito.

10.4. A CONTRATADA autoriza a CONTRATANTE a realizar avaliações dos controles de segurança de dados, quando for o caso, comprometendo-se a acatar as recomendações que visem a proteger os dados e/ou informações da CONTRATANTE.

10.5. Caso os dados ou informações a que a CONTRATADA venha a ter acesso em razão deste instrumento sejam, de qualquer forma, acessados ou obtidos por pessoa não autorizada, ou caso sejam objeto de fraude, perda ou destruição, a CONTRATADA deverá notificar a CONTRATANTE, informando o ocorrido assim que dele tiver ciência.

10.6. Na hipótese de a CONTRATADA violar e/ou divulgar tais dados e/ou informações sem as devidas autorizações, inclusive por meio de atos de seus sócios, integrantes não sócios, empregados, prepostos, prestadores de serviços e/ou terceiros que por meio dela obtiverem o acesso aos respectivos dados e informações, ficará sujeita às penalidades legais, bem como ao pagamento de perdas e danos apurados em processo próprio.

10.7. A CONTRATADA reembolsará a CONTRATANTE nos custos incorridos para remediar os danos causados por uma violação de dados.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DIREITOS PATRIMONIAIS

11.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, as análises e os planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados, deverão ser cedidos à CONTRATANTE e estendidos à POUPEX.

11.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração previamente definidas neste contrato.

11.1.2. A CONTRATADA poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência do contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATANTE, os seus empregados e prepostos.

11.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas pela CONTRATANTE, sem que caiba à FHE ou à POUPEX qualquer ônus perante a licitante.

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

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

11.2.2. 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, 10% (dez por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

11.2.2.1. o valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

11.2.3. na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 10% (dez por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

11.2.3.1. 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 de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

11.2.4. quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 11.2.2. e 11.2.3, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

11.4. A CONTRATANTE se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE.

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

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

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

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

11.5.3.1. se a CONTRATADA pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada do item 11.5.2., adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

11.6. A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para a POUPEX. Nesses casos, quando couber, a licitante ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA

12.1. O presente contrato terá vigência desde a data de sua assinatura, até ____ de _____ de 20__.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – FISCALIZAÇÃO E GESTÃO DO CONTRATO

13.1. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada por um representante da CONTRATANTE, designado Gestor do Contrato, que atuará com o apoio do fiscal técnico e fiscal administrativo do contrato, credenciados no ato da assinatura deste instrumento.

13.2. O Gestor, juntamente com os fiscais, deverá acompanhar a prestação dos serviços, registrar as ocorrências e determinar as medidas necessárias ao fiel cumprimento do contrato, bem como atestar, no todo ou em parte, a realização dos serviços objeto deste contrato.

13.3. O atesto dos serviços prestados pela CONTRATANTE para pagamento das notas fiscais não exime a plena responsabilidade da CONTRATADA em garantir o cumprimento total e satisfatório do contrato em conformidade com as especificações estabelecidas quando da contratação.

13.4. A CONTRATANTE realizará, a qualquer tempo, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação propostos pela CONTRATADA, da diversidade de serviços prestados e benefícios advindos da política de preços praticada.

13.5. A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para:

13.5.1. fins de solicitação de melhoria na qualidade dos serviços prestados pela CONTRATADA.

13.5.2. decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o contrato a ser firmado.

13.5.3. fornecer, quando for solicitado, declarações sobre o desempenho da CONTRATADA como prova de capacitação técnica em licitações.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA RESCISÃO

14.1. A CONTRATANTE poderá considerar o presente contrato rescindido, independentemente de qualquer aviso ou interpelação judicial, ou extrajudicial, além de permanecer a CONTRATADA sujeita às penalidades previstas em Lei, nos seguintes casos:

14.1.1. falência, recuperação judicial ou dissolução da CONTRATADA;

14.1.2. transferência do contrato, no todo ou em parte, sem prévia autorização da CONTRATANTE;

14.1.3. caução ou utilização do contrato para qualquer operação financeira, sem a prévia e expressa anuência da CONTRATANTE;

14.1.4. subcontratação parcial, cessão ou transferência do seu objeto, sem a prévia aprovação escrita da CONTRATANTE;

14.1.5. desatendimento das determinações regulares da fiscalização da CONTRATANTE;

- 14.1.6. deixar de preencher as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;
- 14.1.7. cumprimento irregular das obrigações pactuadas ou entrega de serviços considerados inadequados ou insatisfatórios pela CONTRATANTE;
- 14.1.8. descumprimento de qualquer cláusula e/ou condição constante deste contrato ou do edital.
- 14.2. Independentemente de justificativa e sem que caiba qualquer indenização à outra parte, este contrato poderá ser denunciado a qualquer tempo, pela CONTRATANTE ou pela CONTRATADA, mediante comunicação feita por escrito e com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias.
 - 14.2.1. Sendo resilido o presente contrato, o pagamento devido será proporcional aos serviços prestados e devidamente atestados pela CONTRATANTE.
- 14.3. No caso de rescisão contratual, não consensual, a parte que a motivou ficará sujeita a uma multa de 10% (dez por cento) do valor do presente contrato em benefício da outra parte, sem prejuízo das perdas e danos apuráveis em demanda judicial pertinente.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS GARANTIAS DAS OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS

- 15.1. Será exigida a garantia do cumprimento das obrigações contratuais, na forma do artigo 56 da Lei 8.666/1993, equivalente a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), em uma das modalidades abaixo discriminadas, a ser escolhida pela CONTRATADA, sendo esta condição para assinatura do contrato:
 - 15.1.1. caução em moeda corrente nacional ou em títulos da dívida pública, com validade não inferior a um ano além da data da reunião de habilitação preliminar; ou
 - 15.1.2. seguro garantia; ou
 - 15.1.3. fiança bancária.
- 15.2. A garantia de cumprimento do contrato, quando efetuada em modalidade diversa de moeda corrente nacional, deverá ser encaminhada para a guarda da Gerência de Compras e Contratos.
- 15.3. A modalidade seguro garantia somente será aceita se assegurar o pagamento de prejuízos advindos do não cumprimento do objeto contratado; de prejuízos diretos causados à FHE decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato, de multas moratórias e punitivas, de obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza não adimplidas pela contratada, relativas ao objeto do contrato.
- 15.4. A vigência da garantia de cumprimento do contrato deverá observar a data de recebimento definitivo. Caso haja prorrogação desta data, a vigência da garantia também deverá ser prorrogada.
- 15.5. Os recursos, recebidos e retidos em garantia do cumprimento do contrato, serão devolvidos à Contratada, corrigidos pela Taxa Referencial – TR, ou pelo índice que porventura venha a substituí-lo, acrescidos de juros de 0,5% (cinco décimos por cento) ao mês, desde a data do pagamento da Nota Fiscal e mediante certificação, por gestor ou fiscal do contrato, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas, no prazo máximo de até 90 (noventa) dias da vigência do contrato.
- 15.6. A CONTRATANTE poderá utilizar os recursos da garantia contratual, para prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato; não adimplemento das demais obrigações nele previstas; prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato; multas moratórias e punitivas aplicadas pela CONTRATANTE à CONTRATADA; e obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA, bem como para cumprimento de quaisquer obrigações contratuais ou legais, que não tenham sido devidamente atendidas.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS PENALIDADES

16.1. O descumprimento ou cumprimento irregular de qualquer cláusula contratual poderá acarretar a aplicação das seguintes penalidades, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurada a prévia e ampla defesa:

16.1.1. advertência;

16.1.2. multa de:

16.1.2.1. até 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total do contrato, pela recusa em assiná-lo, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, após regularmente convocada, sem prejuízo da aplicação de outras sanções previstas;

16.1.2.2. até 0,5% (cinco décimos por cento) do valor deste contrato, atualizado, desde a data de sua assinatura até a data de aplicação da referida multa, com base nas variações mensais do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) ou do índice que porventura venha a substituí-lo, independente das demais cominações legais e contratuais, por dia que ultrapasse o prazo para entrega de material ou execução dos serviços;

16.1.2.3. até 10% (dez por cento) sobre o valor adjudicado, em caso de inexecução total da obrigação assumida;

16.1.2.4. suspensão temporária do direito de participar de licitação e impedimento de contratar com a FHE pelo prazo de até 2 (dois) anos; e

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

16.2. Será considerada justificativa, para atraso na entrega do material ou execução dos serviços, a critério da CONTRATANTE, a ocorrência de caso fortuito ou de força maior, que implique em paralisação.

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

16.3. Se, ocorrer atraso na entrega do material ou execução dos serviços, além das cominações legais, a CONTRATADA arcará com todos os ônus daí decorrentes, causados à CONTRATANTE, podendo ser estes diretamente deduzidos dos valores das Notas Fiscais de serviços ou do valor retido como garantia das obrigações.

16.4. A multa por atraso na entrega do material ou execução dos serviços será descontada de imediato dos pagamentos das parcelas devidas. Entretanto, será devolvida à CONTRATADA se os serviços forem concluídos dentro do prazo global estipulado.

16.5. A multa por atraso na conclusão da entrega do material ou execução dos serviços será descontada da última prestação ou dos valores das garantias, se necessário. Enquanto não for paga ou relevada qualquer multa, nenhum pagamento será feito à CONTRATADA.

16.6. Se a multa aplicada for superior ao valor das garantias contratuais, além da perda desta, responderá a CONTRATADA pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela CONTRATANTE ou cobradas judicialmente.

16.7. A CONTRATADA, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da respectiva notificação, poderá apresentar recurso contra a aplicação, pela CONTRATANTE, das sanções previstas neste contrato.

16.8. Acordam as partes que, se qualquer delas tiver que recorrer ao Judiciário para haver os seus direitos, por inadimplemento da outra, arcará a que deu causa à demanda com as custas processuais, multa de 10% (dez por cento) e honorários de 20% (vinte por cento) sobre o valor do proveito econômico que resulte da demanda.

16.9. O não cumprimento ou cumprimento irregular de qualquer cláusula ou de condições deste contrato poderá importar na suspensão dos pagamentos de parcelas ou na rescisão do contrato, a critério da CONTRATANTE.

16.10. A penalidade de impedimento de participar em licitações promovidas pela CONTRATANTE será aplicada no caso de inexecução do objeto contratual ou nas hipóteses do art. 88 da Lei de Licitações.

16.11. As penalidades previstas são independentes e poderão ser aplicadas cumulativamente.

16.12. O valor da multa, a critério da CONTRATANTE, poderá ser deduzido do montante das garantias de cumprimento do contrato.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DO CAUCIONAMENTO DO CONTRATO

17.1. A CONTRATANTE não se responsabiliza por operações financeiras de qualquer natureza, comercial, bancária ou trabalhista, que a CONTRATADA venha a assumir utilizando o nome da CONTRATANTE, ou pela apresentação do presente contrato, mesmo nos casos em que qualquer uma dessas operações tenha correlação com o desenvolvimento dos serviços contratados.

18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DAS ALTERAÇÕES

18.1. As alterações ou revisões das obrigações estabelecidas nesse contrato deverão ser formalizadas mediante a lavratura de Termo Aditivo, em conformidade com os preços e condições vigentes nesse instrumento.

18.2. Na hipótese de alteração das condições econômicas fundamentais preexistentes na assinatura desse contrato, as partes ajustarão, então, as cláusulas que assegurarão a recuperação dos valores ora contratados, objetivando a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro do contrato, mediante negociação entre as partes.

18.3. A CONTRATADA deverá comunicar à CONTRATANTE quaisquer alterações em seu Contrato Social, razão ou denominação social, objeto, CNPJ e outros, e ainda seus dados bancários, endereços, telefones, fax e demais dados que, porventura, venham interferir na alteração da qualificação exigida para a execução das obrigações contratuais.

19. CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

19.1. A execução do presente contrato observará as disposições editalícias e, especialmente nos casos omissos, a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

20. CLÁUSULA VIGÉSIMA – DO FORO

20.1. As partes contratantes elegem o foro da Justiça Federal da Seção Judiciária do Distrito Federal, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir quaisquer dúvidas, que por acaso venham a ocorrer em decorrência do presente contrato, ou relacionadas com os serviços a ele referentes, e que não encontrem solução administrativa.

E, por estarem justas e acertadas as partes firmam o presente contrato em duas vias de igual teor e forma, na presença de duas testemunhas, para os devidos efeitos legais.

Brasília/DF, xx de xxxxxxxx de 2021.

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

Nome:
CPF:

Nome:
CPF:

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE
MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO
ANEXO VII – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS
(Papel timbrado da empresa)
À
FUNDAÇÃO HABITACIONAL DO EXÉRCITO - FHE
Comissão Permanente de Licitação – CPL – Serviços de Publicidade e Propaganda
LICITAÇÃO Nº 521/2021 - FHE

Avenida Duque de Caxias s/nº, Setor Militar Urbano

70630-902 – Brasília/DF

Apresentamos e submetemos à apreciação, dessa Comissão Permanente de Licitação - CPL, nossa Proposta para a prestação de serviços publicitários para a divulgação *on-line* e *off-line* dos produtos da Fundação Habitacional do Exército (FHE), de acordo com as condições e exigências estabelecidas no **EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE**, assumindo inteira responsabilidade por qualquer erro ou omissão que venha a ser verificada na elaboração da mesma, declarando, para todos os efeitos legais, que concordamos com todas as condições do edital e anexos, aos quais nos submetemos integral e incondicionalmente e declara que na vigência do contrato, adotará os seguintes preços para os serviços descritos:

QUESITO	DESCRIÇÃO	PERCENTUAL
Desconto da tabela	Percentual de desconto a ser ofertado à CONTRATANTE sobre o valor da tabela de serviços do SINAPRO/DF	_____ %
Desconto padrão	Percentual a ser ofertado na bonificação sobre veiculação, retornando ao cliente como desconto	_____ %
Desconto sobre honorários	Percentual a ser ofertado nos honorários sobre serviços de terceiros	_____ %

O prazo de validade desta proposta é de **até 60 (sessenta) dias** consecutivos, contado da data de sua apresentação.

A Licitante **DECLARA**, que:

- a) concorda com os percentuais legais sobre a remuneração das Agências, no tocante ao especificado no Edital;
- b) concorda que os preços não previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/DF, serão pagos conforme estabelecido no Edital;
- c) compromete-se a transferir para FHE toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e fornecedores;
- d) compromete-se a estabelecer negociação dos preços, com vistas à obtenção da máxima vantagem, a ser transferida para a FHE, com referência a:
 - d.1) cachê de atores e modelos, na reutilização de peças publicitárias;
 - d.2) custos de serviços especiais, tais como, promoção, desenvolvimento de produtos e serviços, registro de marcas e expressões de propaganda, de comunicação social e outros serviços necessários para a prestação dos serviços;
 - d.3) valor originário de direitos autorais de obras consagradas, incorporadas a peças, a ser pago pela entidade na reutilização das peças.

(Nome da cidade), ----- de ----- de 2021.

Nome e assinatura do representante legal
Cédula de Identidade (número e órgão expedidor)

OBSERVAÇÃO: caso o representante que estiver subscrevendo o presente documento não seja o sócio administrador ou diretor, declarado no contrato social ou na ata de constituição, será necessário comprovar os poderes para assinatura.

APÊNDICE A DO ANEXO VII – DECLARAÇÃO DE REGIME DE TRIBUTAÇÃO

(Papel timbrado da empresa)

À

FUNDAÇÃO HABITACIONAL DO EXÉRCITO - FHE

Comissão Permanente de Licitação – CPL – Serviços de Publicidade e Propaganda

LICITAÇÃO Nº 521/2021 - FHE

Avenida Duque de Caxias s/nº, Setor Militar Urbano

70630-902 – Brasília/DF

A (Empresa) _____, inscrita no CNPJ n.º _____, por intermédio de seu representante legal, Sr. (a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade n.º _____ e do CPF n.º _____, DECLARA que seu regime tributário é: () Lucro Real () Lucro Presumido () Optante Simples – Anexo ____ () Arbitrado () outro especificar _____, neste exercício.

(Nome da cidade), _____ de _____ de 2021.

Assinatura do representante legal

Nome completo: _____

Cargo/função: _____

Telefone: () _____

E-mail: _____

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE

MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO

ANEXO VIII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE MENOR TRABALHADOR

(Papel timbrado da empresa)

À

FUNDAÇÃO HABITACIONAL DO EXÉRCITO - FHE

Comissão Permanente de Licitação – CPL – Serviços de Publicidade e Propaganda

LICITAÇÃO Nº 521/2021 - FHE

Avenida Duque de Caxias s/nº, Setor Militar Urbano

70630-902 – Brasília/DF

-----, inscrita no CNPJ sob o nº -----
-----, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) -----
-----, portador(a) da Cédula de Identidade nº..... e do CPF/MF nº
....., **DECLARA**, para os devidos fins, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos
em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

Ressalva: emprega ____ (INFORMAR NÚMERO DE MENORES) menor(es), a partir de quatorze
anos, na condição de aprendiz.

(Nome da cidade), ----- de ----- de 2021.

Nome e assinatura do representante legal
Cédula de Identidade (número e órgão expedidor)

OBSERVAÇÃO: caso o representante que estiver subscrevendo o presente documento não seja o sócio administrador ou diretor, declarado no
contrato social ou na ata de constituição, será necessário comprovar os poderes para assinatura.

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE

MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO

ANEXO IX – MODELO DE DECLARAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

(Papel timbrado da empresa)

À

FUNDAÇÃO HABITACIONAL DO EXÉRCITO - FHE

Comissão Permanente de Licitação – CPL – Serviços de Publicidade e Propaganda

LICITAÇÃO Nº 521/2021 - FHE

Avenida Duque de Caxias s/nº, Setor Militar Urbano

70630-902 – Brasília/DF

....., inscrita no CNPJ sob o nº, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a)....., portador(a) da Carteira de Identidade nºe do CPF nº, **DECLARA**, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

(a) a proposta anexa foi elaborada de maneira independente por essa empresa, e que o conteúdo da proposta anexa não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido com ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato deste edital, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

(b) a intenção de apresentar a proposta anexa não foi informada, discutida com ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato deste edital, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

(c) não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato deste edital quanto a participar ou não da referida licitação;

(d) o conteúdo da proposta anexa não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato deste edital antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

(e) o conteúdo da proposta anexa não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido com ou recebido de qualquer integrante da FHE antes da abertura oficial das posturas; e

(f) está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

(Nome da cidade), ----- de ----- de 2021.

Nome e assinatura do representante legal
Cédula de Identidade (número e órgão expedidor)

OBSERVAÇÃO: caso o representante que estiver subscrevendo o presente documento não seja o sócio administrador ou diretor, declarado no contrato social ou na ata de constituição, será necessário comprovar os poderes para assinatura.

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE

MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO

ANEXO X – MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

(Papel timbrado da empresa)

À

FUNDAÇÃO HABITACIONAL DO EXÉRCITO - FHE

Comissão Permanente de Licitação – CPL – Serviços de Publicidade e Propaganda

LICITAÇÃO Nº 521/2021 - FHE

Avenida Duque de Caxias s/nº, Setor Militar Urbano

70630-902 – Brasília/DF

A empresa _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, sediada no _____ (endereço completo) _____, **DECLARA**, sob as penas da lei, ter receita bruta anual de R\$ _____, conforme recibo de entrega de Declaração de IRPJ nº _____, do último ano-calendário, que é legalmente considerada _____ (MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE) e atende integralmente às exigências e disposições do § 2º, do artigo 13 do Decreto nº 8.538, de 6 de outubro de 2015.

(Nome da cidade), ----- de ----- de 2021.

Nome e assinatura do representante legal da empresa
Cédula de Identidade (número e órgão expedidor)

OBSERVAÇÃO: caso o representante que estiver subscrevendo o presente documento não seja o sócio administrador ou diretor, declarado no contrato social ou na ata de constituição, será necessário comprovar os poderes para assinatura.

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 521/2021 – FHE

MODALIDADE CONCORRÊNCIA – TIPO TÉCNICA E PREÇO

ANEXO XI – MODELO DE DECLARAÇÃO DE INSTALAÇÃO DE ESCRITÓRIO EM BRASÍLIA /DF

(Papel timbrado da empresa)

À

FUNDAÇÃO HABITACIONAL DO EXÉRCITO - FHE

Comissão Permanente de Licitação – CPL – Serviços de Publicidade e Propaganda

LICITAÇÃO Nº 521/2021 - FHE

Avenida Duque de Caxias s/nº, Setor Militar Urbano

70630-902 – Brasília/DF

....., inscrita no CNPJ sob o nº, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a)....., portador(a) da Carteira de Identidade nºe do CPF nº, **DECLARA**, sob as penalidades da lei para fins de participação na LICITAÇÃO Nº 521/2021-FHE, o seguinte:

- I) - que dispõe de instalações, pessoal técnico e aparelhamento, adequados para atender a execução dos serviços objeto do presente certame;
- II) - possui ou instalará escritório em Brasília/DF, a ser comprovado no prazo máximo de 60 (sessenta) dias contado a partir da vigência do contrato e o manterá, pelo prazo de vigência do contrato.

Local e data

Nome e assinatura do Diretor ou representante legal da empresa
Cédula de Identidade (número e órgão expedidor)
CPF/MF (número) e carimbo
CNPJ/Endereço da empresa