



PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 072/2016 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2016

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA O CONSELHO REGIONAL DE FARMÁCIA DO ESTADO DE SÃO PAULO – CRF-SP

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

- 1.1. De ordem do Sr. Presidente do **Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo – CRF-SP**, Autarquia Federal, instituído pela Lei nº 3.820/1960, inscrito no CNPJ sob nº 60.975.075/0001-10, com sede na Rua Capote Valente, 487 – Térreo – Jardim América – 05409-001 – São Paulo – SP, por intermédio de sua Comissão de Compras e Licitações, legalmente constituída, torna público, para conhecimento de quantos possam interessar, que promoverá licitação, na modalidade “**CONCORRÊNCIA**”, do tipo melhor **TÉCNICA**, para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.
- 1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993, e na Lei Complementar nº 123/2006.

2. DA DATA E HORÁRIO DA ABERTURA

- 2.1. A abertura ocorrerá às **10h30 do dia 10/01/2017**, na sala do plenário, na sede do Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo, na Rua Capote Valente, 487 – 1º andar – CJ 11 – Jardim América – São Paulo – SP.
- 2.2. Ocorrendo decretação de feriado ou qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, ela será, automaticamente, transferida para o primeiro dia útil subsequente ao ora fixado.
- 2.3. Para todas as referências de tempo utilizadas no certame será considerado o horário de Brasília – DF.

3. DO OBJETO

- 3.1. A presente CONCORRÊNCIA se destina à obtenção de propostas para a contratação de 1 (uma) agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, assim considerados 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, que se mostre do interesse e se encontre no âmbito de atribuição desta Entidade, objetivando a promoção de campanhas, programas, serviços, difundir ideias ou informar o público em geral.
- 3.2. Integram também o objeto desta concorrência, como atividade complementar, os serviços especializados que sejam pertinentes:
 - a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;



- b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c) 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.

3.2.1. As pesquisas e avaliações previstas na alínea “a” outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do item 3.2. terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, vedado o tratamento de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a respectiva ação publicitária.

- 3.3. Deverão ser desenvolvidas ações de publicidade pelo prazo de 12 (doze) meses, conforme previsto neste edital, com início da prestação de serviços na data da assinatura do contrato entre o CRF-SP e com foco nas ações de comunicação previstas no Anexo V (Briefing).
- 3.4. As ações de publicidade ocorrerão durante todo o período contratual, de acordo com a conveniência do CRF-SP.
- 3.5. Não se admitirá qualquer veiculação sem o **prévio** consentimento, por escrito, do CRF-SP.
- 3.6. Para as ações realizadas ao longo do ano, o prazo máximo de criação será de 10 (dez) dias corridos após o *Briefing*, em caso de solicitação de alteração ou adequação o prazo máximo será de 05 (cinco) dias corridos.
- 3.7. Toda campanha ou ação, antes da veiculação, deverá ser aprovada pelo CRF-SP, e somente as campanhas e produtos aprovados pelo CRF-SP serão pagos.
- 3.8. Os serviços de publicidade compreenderão todas as fases do desenvolvimento de uma campanha publicitária (incluindo planejamento e estratégia de mídia), a saber: estudo, planejamento, concepção, criação, elaboração de plano de mídia, intermediação, veiculação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários das campanhas.
- 3.9. Os serviços afetos à concepção das ações de publicidade **não poderão** ser objeto de subcontratação;
- 3.10. A licitante deverá apresentar e justificar as ações de divulgação por ela sugeridas.
 - 3.10.1. A apresentação deverá conter a descrição das ações, a forma detalhada de sua execução e a duração da veiculação.
 - 3.10.2. A justificativa deverá, principalmente, detalhar como essas ações atingirão o público-alvo da campanha.
- 3.11. A licitante deverá estipular, no plano proposto, mecanismos eficazes de mensuração do desempenho das campanhas.

4. DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAR



- 4.1. A participação neste certame implica na aceitação de todas as condições estabelecidas neste instrumento convocatório.
- 4.2. Poderão participar da presente Concorrência todos os interessados pertencentes ao ramo de atividade pertinente ao objeto da licitação e que comprovarem possuir os requisitos mínimos de qualificação, para a execução dos serviços, em especial os relativos a prova de habilitação jurídica, prova de qualificação técnica e prova de regularidade fiscal e trabalhista.
- 4.3. Não será admitida a entrega ou o encaminhamento de propostas ou documentação de habilitação antes da data, horário e local estipulado para a licitação, nem por fax, por meio postal, eletrônico ou similar.
- 4.4. **Não será permitida** a participação neste certame de empresas:
 - a) Cujas falências tenham sido decretadas, estejam sob concordata, recuperação judicial ou extrajudicial, concurso de credores ou dissolução;
 - b) Que tenham sido suspensas de licitar ou esteja impedida de contratar com o Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo;
 - c) Que tenham sido declaradas inidôneas por qualquer órgão ou entidade das Administrações Públicas Federal, Estadual ou Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação;
 - d) Que tenham em seu quadro empregados menores de 18 (dezoito) anos efetuando trabalho noturno, perigoso ou insalubre ou, ainda, empregados com idade inferior a 16 (dezesseis) anos efetuando qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos;
 - e) Constituídas em forma de consórcio;
 - f) Cujos estatutos ou contratos sociais não incluam o objeto desta Concorrência; e
 - g) Estrangeiras que não estejam devidamente constituídas no Brasil.
- 4.5. Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma proposta.
- 4.6. A participação na presente Concorrência implica à licitante:
 - a) A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus Anexos;
 - b) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 4.7. A critério da Comissão de Compras e Licitações, poderão ser solicitados esclarecimentos, assim como serem efetuadas diligências, visando confirmar a capacidade técnica, gerencial e administrativa da licitante.



5. DO CREDENCIAMENTO

- 5.1. Declarada aberta a sessão pública da concorrência, os licitantes serão convocados, individualmente de forma ordenada, para apresentação da documentação relativa ao credenciamento.
- 5.2. O representante da licitante, portando documento de identificação, **deverá** comprovar, na sessão pública, os necessários poderes para representa-la, bem como para praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome do proponente, alternativamente por intermédio de:
 - a) Procuração outorgada por pessoa investida dos necessários poderes para tanto, devidamente acompanhado do ato constitutivo da empresa ou outro documento equivalente, que autorize o credenciado a representar a licitante em licitações públicas ou, especificamente, licitações na modalidade de concorrência, ou;
 - b) Termo de Credenciamento, nos termos do modelo constante do ANEXO I, outorgado por pessoa investida dos necessários poderes para tanto (devidamente acompanhado do ato constitutivo da empresa ou outro documento equivalente), que autorizem o credenciado a representar a licitante nesta Concorrência.
- 5.2.1. Na hipótese do representante da licitante apresentar procuração ou termo de credenciamento outorgado por pessoa que detenha poderes para administrar a empresa, por intermédio de procuração, deverá este instrumento prever a possibilidade de substabelecimento.
- 5.3. No caso de sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual figure nesta condição e estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.
- 5.4. O credenciamento é a condição obrigatória para a participação dos representantes das licitantes nesta Concorrência.
- 5.5. Não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma licitante.
- 5.6. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.
- 5.7. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnicas e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.
- 5.8. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Compras e Licitações, na data, hora e local indicados no subitem 2.1 deste Edital.
- 5.9. Durante a análise dos documentos descritos no item 5 do Edital, a Comissão de Compras e Licitações do CRF-SP realizará consulta para verificação de eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura



contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

- a) SICAF;
- b) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) da Corregedoria Geral da União (CGU), através do endereço eletrônico <http://www.portaltransparencia.gov.br/ceis/>, aplicando, se o caso, o disposto no artigo 1º e seguintes da Portaria CGU nº 516, de 15 de março de 2010. A tela de consulta será impressa e arquivada nos autos do processo administrativo;
- c) Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça, por meio de consulta ao site http://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php;
- d) Cadastro de Licitantes inidôneos do Tribunal de Contas da União, por meio de consulta ao site <http://portal.tcu.gov.br/responsabilizacao-publica/licitantes-inidoneas/licitantes-inidoneas.htm>;

6. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

- 6.1. A apresentação dos envelopes contendo os documentos de plano de comunicação publicitária e informações, proposta de preços e documentos de habilitação será feita por intermédio de representante credenciado, nos termos do item 5 do Edital.
- 6.2. Os documentos referentes ao plano de comunicação publicitária, informações, proposta de preços e documentos de habilitação deverão ser apresentados em envelopes opacos, sem qualquer sinal identificador. Os envelopes deverão estar identificados como: Envelopes A, B – Plano de Comunicação Publicitária, Envelope C – Informações (art. 8º da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010); Envelope D – Proposta de Preços e Envelope E - Documentos de Habilitação.
 - 6.2.1. O **ENVELOPE A** será uma via **NÃO** identificada do Plano de Comunicação Publicitária, cujo invólucro padronizado será fornecido, obrigatoriamente, pelo CRF-SP.
 - 6.2.1.1. O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira, das 08h30 às 17h30, no Departamento de Licitações e Contratos, situado na Rua Capote Valente, 487 – 3º Andar – CJ 31 – CEP: 05409-001 – São Paulo – SP.
 - 6.2.1.2. A Licitante que apresentar envelope que não atenda o padrão estabelecido no item 6.2.1 do Edital será desclassificada.
 - 6.2.2. O **ENVELOPE B** será uma via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
 - 6.2.3. O **ENVELOPE C** será uma via contendo as demais informações exigidas pelo artigo 8º da Lei nº 12.232/2010.
 - 6.2.4. Os **ENVELOPES B e C** serão identificados da seguinte forma:

Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo
Comunicação Institucional



Concorrência Pública nº 003/2016
Att. Comissão de Compras e Licitações
Nome empresarial e CNPJ da licitante

- 6.3. Os **ENVELOPES A** e **B** deverão conter o Plano de Comunicação Publicitária, com suas respectivas peças publicitárias, elaborado consoante as diretrizes previstas no *Briefing* e no item 07 do Edital.
- 6.3.1. Os textos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária do **ENVELOPE A** e suas respectivas peças **não poderão conter:**
- Nenhuma identificação, ou seja, nomes, expressões, slogans, marcas, símbolos ou ícones de trabalho da licitante ou de conhecimento do mercado publicitário;
 - Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
 - Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- 6.3.1.1. A inobservância destas instruções acarretará na desclassificação da licitante.
- 6.3.2. O **ENVELOPE B** com idêntico conteúdo do **ENVELOPE A**, deverá conter:
- a identificação da licitante;
 - ser datado;
 - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 6.3.3. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser datado, redigido de forma clara, sem emendas ou rasuras, com páginas numeradas sequencialmente, em papel sulfite A4 branco 75 g/m², que não identifique a Licitante, e não deverá conter rubricas, **com exceção do ENVELOPE B**. A inobservância destas instruções acarretará na desclassificação da Licitante.
- 6.4. O **ENVELOPE C** deverá conter a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação do CRF-SP, conforme disposto no item 7.7 do Edital, nos termos do artigo 8º da Lei nº 12.232/2010.
- 6.5. O **ENVELOPE D** deverá conter a Proposta de Preços, a ser apresentada em conformidade com o Anexo III.
- 6.5.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão de Compras e Licitações acondicionada no **ENVELOPE D**.
- 6.5.2. O **ENVELOPE D** deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:



Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo
Comunicação Institucional
Concorrência Pública nº 003/2016
Envelope D – Proposta de Preços
Att. Comissão de Compras e Licitações
Nome empresarial e CNPJ da licitante

- 6.5.3. O **ENVELOPE D** será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 6.5.4. O **ENVELOPE D** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do **ENVELOPE B**.
- 6.6. O **ENVELOPE E** deverá conter os documentos de habilitação indicados no item 10 do Edital.
- 6.6.1. Os documentos de habilitação deverão ser numerados e rubricados, em todas as suas páginas, por representante da licitante, e poderão ser apresentados alternativamente nas seguintes formas:
- a) Original;
 - b) Cópia autenticada por cartório competente;
 - c) Publicação em órgão da Imprensa Oficial.
- 6.6.2. Só serão aceitas cópias legíveis e que ofereçam condições de análise para a Comissão de Compras e Licitações.
- 6.7. A ausência de qualquer dos documentos solicitados neste Edital implicará na inabilitação e na consequente desclassificação da proposta da Licitante.

7. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E DAS INFORMAÇÕES DE QUE TRATA O ARTIGO 8º DA LEI Nº 12.232/2010 E DE SEUS JULGAMENTOS

- 7.1. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado com base no *Briefing (Anexo V)*, e será constituído dos seguintes pontos:
- 7.1.1. Raciocínio Básico: texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no *Briefing*, principalmente sobre o problema específico de comunicação.
- 7.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em que a licitante:
- a) Apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação;



- b) Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer por meio dos instrumentos, ferramentas e meios de divulgação previstos no *Briefing*.
- c) Apresentará e justificará as ações publicitárias por ele sugeridas.

7.1.3. Ideia Criativa: A licitante apresentará campanha publicitária composta de exemplos de todas as peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com o partido temático e o conceito de que trata o item 7.1.2 do Edital.

7.1.3.1. **Obrigatoriamente**, deve ser apresentado um exemplo das seguintes peças:

- a) outdoor/busdoor/sanca/painel e outras peças de metrô;
- b) anúncio para jornal/revista;
- c) roteiro ou monstro para o spot de rádio;
- d) vídeo para internet;
- e) vídeo para TV.

7.1.3.1.1. As peças gráficas poderão integrar o repertório, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

7.1.4. Estratégia de Mídia e Não-Mídia, constituída de:

- a) texto em que, de acordo com as informações do *Briefing*, demonstrará capacidade para atingir os principais públicos-alvo da campanha (permitida a inclusão de tabelas, gráficos e planilhas);
- b) simulação de plano de distribuição das peças de que trata o item 7.1.3 do Edital, acompanhada de tabelas, gráficos planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

7.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser redigido em língua portuguesa – inclusive com relação às expressões técnicas de uso corrente, que deverão estar especificadas nas duas línguas com clareza, sem emendas ou rasuras, sendo a parte textual elaborada nos seguintes termos:

- a) Em papel sulfite A4, branco 75 g/m²;
- b) Espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;



- c) Com espaçamento "simples" entre as linhas;
 - d) Com texto em fonte "arial", tamanho 12 pontos, cor da fonte "preta";
 - e) Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
 - f) Em caderno único.
 - g) Máximo de 08 (oito) páginas, porém não serão computadas nesse limite de laudas, as páginas utilizadas apenas para separar os textos dos quesitos, os roteiros das peças de que tratam os itens 7.1.1, 7.1.2, 7.1.3 e 7.1.4 do Edital e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas "a" e "b" do item 7.1.4 do Edital.
- 7.3. O Plano de Comunicação Publicitária deverá possuir mensagens claras quanto ao seu conteúdo e propósito.
- 7.4. A elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia não necessitam observar os formatos para apresentação de que trata o item 7.2 do Edital.
- 7.5. O julgamento do Plano de Comunicação Publicitária ocorrerá por meio dos seguintes critérios:
- 7.5.1. Raciocínio Básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do CRF-SP, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados, pela acuidade de compreensão: **(MÁXIMO DE 10 PONTOS)**
 - a) das características do CRF-SP e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (até 02 pontos);
 - b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CRF-SP com seus públicos (até 02 pontos);
 - c) do papel do CRF-SP no atual contexto social e político (até 02 pontos);
 - d) do problema específico de comunicação do CRF-SP (até 04 pontos).
 - 7.5.2. Estratégia de Comunicação Publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo CRF-SP, contendo: **(MÁXIMO DE 20 PONTOS)**
 - a) a adequação do tema ao seu problema específico de comunicação (até 05 pontos);
 - b) a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do CRF-SP com seus públicos (até 05 pontos);



- c) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha entre as possíveis e/ou cogitadas (até 05 pontos);
- d) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CRF-SP e sobre o problema específico de comunicação, os públicos e os recursos orçamentários disponíveis (até 05 pontos).

7.5.3. Ideia Criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, limitada a 01 (uma) por cada meio de comunicação, para fins de exemplificação, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária, contendo: **(MÁXIMO DE 60 PONTOS)**

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do CRF-SP (até 10 pontos);
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (até 10 pontos);
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações (até 10 pontos);
- d) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta (até 10 pontos);
- e) sua pertinência às atividades do CRF-SP e à sua inserção na sociedade (até 10 pontos);
- f) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados (até 10 pontos).

7.5.4. Estratégia de mídia e não mídia, em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas relacionadas aos meios de comunicação propostos, apresentando sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará onde as peças serão veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, contendo: **(MÁXIMO DE 30 PONTOS)**

- a) o conhecimento dos hábitos do público-alvo da campanha (até 02 pontos);
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (até 02 pontos);
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores (até 02 pontos);
- d) a economicidade da aplicação da verba, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças (até 02 pontos);
- e) a criatividade, a pertinência e a oportunidade demonstradas no uso dos recursos financeiros do CRF-SP (até 02 pontos);



f) Ações de bonificação: desenvolvimento de produtos, ações e plano de mídia complementar ao proposto sem que representem acréscimos ao custo da campanha (20 pontos):

f1) Serão **avaliados** nas ações de bonificação:

- i. Público-alvo atingido em quantidade de impactos ou audiência (10 pontos);
- ii. Contribuição da ação de bonificação em atingir os objetivos propostos pela comunicação (10 pontos).

7.6. Após o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, o CRF-SP procederá à análise das informações exigidas pelo artigo 8º da Lei nº 12.232/2010.

7.7. As informações previstas no artigo 8º da Lei nº 12.232/2010 serão constituídas de três quesitos, quais sejam: 1) Capacidade de Atendimento; 2) Repertório e 3) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

7.7.1. Capacidade de Atendimento:

- a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela Licitante nos últimos 02 (dois) anos, com a especificação do período de atendimento de cada um deles e a apresentação de atestados de bons serviços, expedidos pelos clientes citados e escolhidos a critério da Licitante. Estes atestados deverão ser de outros clientes que não os apresentados em atendimento à alínea “a” do item 10.3.2 do Edital. Os atestados deverão ser apresentados no original ou cópia autenticada por cartório competente.
- b) descritivo, sob a forma de currículo resumido, da equipe técnica de cada Licitante, contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais que serão postos à disposição do CRF-SP, para a execução do contrato. Cada Licitante deverá ainda discriminar as suas áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento, com a indicação, caso a caso, da quantidade e da qualidade dos profissionais que permanecerão disponíveis.
- c) sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da Licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa ou campanha e a elaboração de plano de mídia, observado o prazo limite previsto no item 3.6.;
- d) discriminação das informações de comunicação e marketing, das pesquisas de audiência e de auditoria de circulação e controle de mídia que colocará à disposição do CRF-SP, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

7.7.2. Repertório: apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados pela Licitante, sob forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação



sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

- 7.7.2.1. A licitante deverá apresentar 01 (uma) peça para cada um dos seguintes meios de veiculação: Jornal impresso, busdoor, mídia metrô, outdoor, spot de rádio e vídeo para TV.
- 7.7.2.2. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, data de produção, período de veiculação e a indicação dos veículos que a divulgaram.
- 7.7.2.3. Os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e as peças gráficas em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.
- 7.7.2.4. Os trabalhos apresentados devem ter sido produzidos e veiculados a partir de 01 de novembro de 2014 e não podem referir-se a ações solicitadas e aprovadas pelo CRF-SP.
- 7.7.2.5. As peças gráficas poderão integrar o repertório, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

7.7.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentado um case relatando, em no máximo 02 (duas) laudas, soluções integradas de problemas de comunicação, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 03 (três) peças de qualquer tipo para cada relato.

- 7.7.3.1. Os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e as peças gráficas, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.
- 7.7.3.2. Os relatos apresentados devem referir-se a cases verificados a partir de 01 de novembro de 2014 e não podem referir-se a ações solicitadas e aprovadas pelo CRF-SP.

7.8. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico das informações, os seguintes atributos, em cada quesito:

7.8.1. Capacidade de Atendimento (**MÁXIMO DE 15 PONTOS**)

- a) a experiência da empresa com clientes do mesmo porte institucional do CRF-SP, ou seja, empresas que celebraram contrato de valor igual ou superior a R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) por ano - (01 ponto por cada empresa, limitado ao máximo de 05 pontos);
- b) a experiência profissional em atividades publicitárias (até 01 ponto por publicitário envolvido na campanha, até máximo de 05 pontos, considerando apresentação da cópia do diploma);



- c) a relevância, a utilidade e a abrangência das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência de circulação e controle que forem colocadas à disposição do CRF-SP, sem ônus adicional (até 05 pontos);

7.8.2. Repertório **(MÁXIMO DE 20 PONTOS)**

- a) a ideia criativa e sua pertinência (até 10 pontos);
- b) a clareza da exposição (até 05 pontos);
- c) a qualidade da execução e do acabamento (até 05 pontos).

7.8.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação **(MÁXIMO DE 10 PONTOS)**

- a) a concatenação lógica da exposição (até 03 pontos);
- b) a evidência de planejamento publicitário (até 01 ponto);
- c) a consistência das relações de causa e efeito entre problemas e solução (até 03 pontos);
- d) a relevância dos resultados apresentados (até 03 pontos).

7.9. A somatória das notas obtidas do Plano de Comunicação Publicitária e das informações de que trata o artigo 8º da Lei nº 12.232/2010 está limitada ao máximo de 165 (cento e sessenta e cinco) pontos e será apurada segundo a metodologia exposta.

7.9.1. Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

- a) Plano de Comunicação Publicitária – máximo de 120 (cento e vinte) pontos, sendo:
 - i. Raciocínio Básico – máximo de 10 (dez) pontos;
 - ii. Estratégia de Comunicação Publicitária – máximo de 20 (vinte) pontos;
 - iii. Ideia Criativa – máximo de 60 (sessenta) pontos;
 - iv. Estratégia de Mídia e Não-Mídia – máximo de 30 (tinta) pontos;
- b) Informações de que trata o artigo 8º da Lei nº 12.232/2010 – máximo de 45 (quarenta e cinco) pontos, sendo:
 - i. Capacidade de Atendimento – máximo de 15 (quinze) pontos;
 - ii. Repertório – máximo de 20 (vinte) pontos;
 - iii. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – máximo de 10 (dez) pontos.

7.9.1.1. Para fins de classificação, a licitante deverá ter obtido no mínimo:

- a) 70 (setenta) pontos no Plano de Comunicação Publicitária; e



- b) 25 (vinte e cinco) pontos nas Informações de que trata o artigo 8º da Lei nº 12.232/2010.
- 7.9.1.1. As empresas que não atingirem a nota mínima ou que obtiverem pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 7.5.1., 7.5.2., 7.5.3., 7.5.4, 7.8.1., 7.8.2., 7.8.3., serão consideradas desclassificadas.
- 7.9.2. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica, respeitados os critérios e limites constantes do item 7.9.1. do Edital.
- 7.9.3. A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.
- 7.9.3.1. Realizada a pontuação para cada item da proposta técnica da licitante, será feita a soma dos pontos para se saber o total da pontuação por ele obtida, a fim de se ordenar as propostas das licitantes mediante a aplicação do critério de julgamento da maior pontuação, conforme estabelecido no item 11.2.8. do Edital.
- 7.9.4. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos:
- a) Plano de Comunicação (Item 7.5. do Edital);
 - b) Capacidade de Atendimento (Item 7.8.1. do Edital);
 - c) Repertório (Item 7.8.2. do Edital);
 - d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Item 7.8.3. do Edital);
- 7.9.5. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, em ato público marcado pela Comissão de Compras e Licitações, cuja data será divulgada nos termos do item 12 do Edital.
- 7.10. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório, nos termos do inciso VII do artigo 6º da Lei nº 12.232/2010.
- 7.10.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.
- 7.11. A critério do CRF-SP, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.
- 7.12. Após o início da abertura da sessão de apresentação dos Planos de Comunicação Publicitária, não caberá desistência de suas propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Compras e Licitações.



- 7.12.1. Serão desclassificados os Planos de Comunicação Publicitária e de informações:
- que não atendam aos requisitos do ato convocatório da licitação;
 - que não atendam ao item 7.9.1.1..
- 7.13. A Subcomissão Técnica lavrará ata com o resultado do julgamento dos Planos de Comunicação para, em seguida, iniciar a análise da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, quesitos que terão uma ata específica.
- 7.14. Ultrapassada a fase de habilitação das licitantes e abertos os envelopes das propostas técnicas, não caberá inabilitá-las por motivo relacionado com a documentação do **ENVELOPE A**, salvo em razão de fatos supervenientes ou só conhecidos após o julgamento.

8. DA PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO

- 8.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser apresentada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III.
- 8.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.
- 8.3. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.
- 8.4. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.
- 8.5. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:
- desconto inferior a 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
 - percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;



d) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.5.1. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Compras e Licitações considerará o preço por extenso.

8.6. A pontuação da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

8.6.1. A Comissão de Compras e Licitações calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

| Desconto/Honorários | Pontos (P) |
|---|--|
| Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 8.5 | $P1 = 1,0 \times \text{Desconto}$ |
| Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 8.5 | $P2 = 2,0 \times (15 - \text{Honorários})$ |
| Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 8.5 | $P3 = 1,0 \times (15 - \text{Honorários})$ |
| Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 8.5 | $P4 = 6,0 \times (15 - \text{Honorários})$ |
| Observação: Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna 'Pontos' pelas respectivas percentagens constantes do Anexo III de sua Proposta de Preços, sem o símbolo '%'. | |

8.6.2. A pontuação de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$.

8.6.3. A Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço.

8.6.3.1. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores;
- c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;



- d) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

9. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

- 9.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica.
- 9.2. Será vencedora do julgamento final das Propostas – observado o disposto no subitem 7.9.1 deste Edital – a licitante que tenha sido mais bem-classificada no julgamento da Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço, de acordo com o subitem 8.6.3 deste Edital.
- 9.3. Se a licitante mais bem-classificada na Proposta Técnica não tiver apresentado a Proposta de menor preço e não concordar em praticá-lo, a Comissão de Compras e Licitação efetuará com as demais licitantes a negociação prevista no art. 46, § 1º, II, da Lei nº 8.666/1993, nos termos da Proposta de menor preço, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação.
- 9.4. A licitante que não concordar em praticar os preços da Proposta de menor preço será desclassificada, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

10. DA HABILITAÇÃO

- 10.1. Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas Licitantes classificadas no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.
- 10.2. Para participar desta Concorrência, as licitantes deverão comprovar Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal e Trabalhista, Qualificação Econômico-Financeira e Capacidade Técnica, por meio dos seguintes documentos:
- 10.2.1. **HABILITAÇÃO JURÍDICA:**
- a) No caso de empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;
- b) No caso de sociedade empresária ou empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de documento comprobatório de seus administradores;



- c) No caso de sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação dos seus administradores;
- d) No caso de cooperativa: ata de fundação e estatuto social em vigor, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, bem como o registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 1971;
- e) No caso de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País: decreto de autorização;
- f) Cópia autenticada do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP ou equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

10.2.2. **REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:**

- a) Certificado de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), com situação regular e prazo de validade em vigor na data da abertura dos Envelopes Propostas. Quando solicitada via Internet, sua aceitação ficará condicionada à verificação pelo CRF-SP, de sua validade na internet no endereço www.receita.fazenda.gov.br;
- b) Certidão de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), com prazo de validade em vigor na data da abertura dos Envelopes Propostas. Quando solicitada via Internet, sua aceitação ficará condicionada à verificação pelo CRF-SP, de sua validade na Internet no endereço www.caixa.gov.br;
- c) Certidão de regularidade com a Justiça do Trabalho, com prazo de validade em vigor na data da abertura dos Envelopes Propostas. Quando solicitada via Internet, sua aceitação ficará condicionada à verificação pelo CRF-SP, de sua validade na Internet no endereço www.tst.jus.br, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943. (Incluído pela Lei nº 12.440, de 2011);
- d) Certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02/10/2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional;
- e) Certidão de Regularidade com a Fazenda Estadual da licitante, expedida pelo órgão competente, mediante a apresentação da certidão negativa ou positiva com efeito negativo de Débitos Tributários da Dívida Ativa do Estado;



- f) Certidão de Regularidade com a Fazenda Municipal da licitante, expedida pelo órgão competente, mediante a apresentação das certidões negativas ou positivas com efeito negativa a seguir descritas, caso não sejam unificadas:
- i. Certidão sobre Tributos Mobiliários;
 - ii. Certidão sobre Tributos Imobiliários.
- 10.2.2.1. Serão aceitas certidões positivas, com efeito de negativa.
- 10.2.2.2. Caso o licitante seja isento de tributos estaduais ou municipais, deverá fazer prova de sua condição, mediante declaração do órgão competente.
- 10.3. A Licitante que estiver cadastrada e com documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, esta dispensada de apresentação dos documentos mencionados nos itens 10.2.1 exceto em relação a alínea “f” e 10.2.2, ambos do Edital.
- 10.3.1. **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:**
- a) Certidão Negativa de Falência ou Concordata ou, se for o caso, Certidão de Recuperação Judicial, expedida pelo Cartório Distribuidor da sede da pessoa jurídica, com data de emissão **não excedente a 90 (noventa) dias da data de apresentação da abertura do ENVELOPE E – Documentos de Habilitação;**
 - b) **Caso não presente ou válido no SICAF,** apresentar o balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta, observadas as seguintes previsões:
 - 10.3.1.1. A empresa interessada **não obrigada** a publicar o balanço, porém obrigada à sua elaboração, deverá:
 - a) Apresentar cópia legível das páginas do LIVRO DIÁRIO, no qual tenham sido transcritos o Balanço e a Demonstração de Resultados do exercício;
 - b) Apresentar a documentação assinada pelos sócios e pelo contador responsável, com os respectivos termos de abertura e de encerramento do livro registrados na Junta Comercial;
 - 10.3.1.1.2.1. As empresas que se enquadram nas condições previstas no art. 27 da Lei nº 123/06, combinada com o art. 65 da Resolução nº 94 do comitê Gestor do Simples Nacional e Resolução nº 1.418 do Conselho Federal de Contabilidade, poderão seguir as regras



de contabilidade simplificada.

- 10.3.1.2. A empresa interessada **obrigada** a publicar o balanço deverá apresentar a respectiva prova e a certidão de arquivamento na Junta Comercial;
- 10.3.1.3. A verificação da boa situação financeira do licitante será constatada mediante obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), devidamente justificados com base no que exige o inciso V, do artigo 43, da IN MPOG/SLTI nº 02/2010 (DOU 13/10/2010), resultantes da aplicação das fórmulas:

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}};$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}};$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}; e$$

- 10.3.1.4. As empresas que apresentarem resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), deverão comprovar patrimônio líquido de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação ou item pertinente.
- 10.3.1.5. Todos os documentos de que trata este item deverão, quando for o caso estar em plena validade na data fixada para a apresentação dos envelopes;
- 10.3.1.6. Em se tratando de documentação constante do SPED – Sistema Público de Escrituração Digital, consoante os artigos 22 e 23 da IN nº 107 do DNRC c.c. Decreto nº 6.022/2007, o balanço patrimonial somente será recebido com a comprovação de validade pela existência do referido livro digital e respectivo Termo de Autenticação, encaminhando-se todas as vias ao ente licitante, salvo normatizações específicas.

10.3.2. CAPACIDADE TÉCNICA:

- a) Atestado de Capacidade Técnica (declaração ou certidão), fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, declarando ter a licitante aptidão para o fornecimento de materiais ou serviços pertinentes e compatíveis em características, quantidades e prazos com o objeto desta Concorrência;
- i. A licitante deve disponibilizar todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade do atestado fornecido, podendo apresentar, dentre outros documentos, cópia das notas fiscais, cópia do contrato que deu



suporte à contratação, ordens de compra ou serviço, contatos da empresa contratante (e-mail, telefone, celulares etc), endereço atual da contratante e local em que foram prestados os serviços.

10.3.3. MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE:

- a) Certidão simplificada, declaração ou documento similar, expedido pela Junta Comercial ou pelo Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o caso, que comprove o enquadramento do licitante na categoria de Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) na forma prevista no artigo 3º da Lei Complementar nº 123/06.
- b) Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.
 - i. A prorrogação acima, dentre outras hipóteses, não será concedida quando houver urgência na contratação ou prazo insuficiente para o empenho, devidamente justificado.

- 10.4. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documento”, em substituição aos documentos requeridos no presente Edital.
- 10.5. Se a licitante for matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz; caso seja filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente forem emitidos no nome da filial, no primeiro caso, ou da matriz, na segunda hipótese.
- 10.6. Serão inabilitadas as empresas que não atenderem ao item 10 deste Edital.
- 10.7. Todas as certidões acima elencadas deverão estar em vigor quando da apresentação dos documentos de habilitação.

11. DO PROCEDIMENTO DA LICITAÇÃO

- 11.1. Esta licitação será processada e julgada nos termos da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.
 - 11.1.1. No ato da entrega da documentação, conforme local e data estabelecido no item 2 do Edital, todos os envelopes serão rubricados por um representante escolhido pelas Licitantes, ou por todos se assim o manifestarem, e pela Comissão de Compras e Licitações.
- 11.2. O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:
 - 11.2.1. Abertura dos 02 (dois) invólucros com a via NÃO identificada do Plano de Comunicação Publicitária (ENVELOPE A) e com as informações de que trata o artigo 8º da Lei nº 12.232/2010 (ENVELOPE



C), em sessão pública, pela Comissão de Compras e Licitações.

- 11.2.1.1. A Comissão de Compras e Licitações será composta por 03 (três) funcionários do CRF-SP;
- 11.2.2. Encaminhamento das propostas técnicas (Plano de Comunicação Publicitária e das Informações de que trata o artigo 8º da Lei 12.132/10) à Subcomissão Técnica para análise e julgamento;
 - 11.2.2.1. A Subcomissão Técnica será formada nos termos do § 1º do artigo 10 da Lei nº 12.232/2010.
 - 11.2.2.2. A Subcomissão Técnica será formada por 03 (três) pessoas, sendo 02 (duas) com vínculo funcional e 01 (uma) sem qualquer vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CRF-SP, de acordo com o § 2º do artigo 10 da Lei nº 12.232/2010.
 - 11.2.2.3. A formação da Subcomissão Técnica dar-se-á por meio de duplo sorteio, sendo um para compor as vagas de membros com vínculo funcional e outro para a vaga de membro sem vínculo com o CRF-SP.
 - 11.2.2.4. Os sorteios ocorrerão em sessão pública, em data única, a ser oportunamente divulgada juntamente com as listas dos nomes participantes do sorteio e com listas compostas de nomes suficientes a atender à exigência do § 2º do artigo 10 da Lei nº 12.232/2010.
 - 11.2.2.5. O sorteio para a vaga a ser preenchida por profissional sem vínculo com o CRF-SP contemplará o nome do integrante da Subcomissão Técnica e de um suplente, sendo que o segundo poderá substituir o primeiro, sem prejuízo para a Concorrência, desde que a ausência seja justificada, a critério da Comissão de Compras e Licitações.
 - 11.2.2.6. A relação dos nomes indicados para integrar a Subcomissão Técnica será publicada na imprensa oficial e no site do CRF-SP, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio, nos termos do § 4º do artigo 10 da Lei nº 12.232/2010.
 - 11.2.2.7. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 11.2.2.6, mediante a apresentação à Comissão de Compras e Licitações de justificativa para a exclusão.
 - 11.2.2.8. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
 - 11.2.2.9. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto no item



11.2.2.6.

- a) Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.2.2.4.
- b) Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

11.2.2.10. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.2.2.6 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

- 11.2.3. Análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária pela Subcomissão Técnica, desclassificando-se as Licitantes que desatenderem às exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do artigo 6º da Lei nº 12.232/10;
- 11.2.4. Elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhamento à Comissão de Compras e Licitações, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- 11.2.5. Análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica dos quesitos referentes ao conjunto de informações destinadas a viabilizar a avaliação da capacidade de atendimento e o nível dos trabalhos realizados para seus clientes, desclassificando-se os que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório;
- 11.2.6. Elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos quesitos mencionados no item 11.2.5 e encaminhamento à Comissão de Compras e Licitações, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- 11.2.7. Apuração, pela Comissão de Compras e Licitações, do resultado geral do Plano de Comunicação Publicitária e das informações de que trata o artigo 8º da Lei nº 12.232/2010, com os seguintes procedimentos:
 - a) Abertura dos invólucros com a **via identificada** do Plano de Comunicação Publicitária (**ENVELOPE B**);
 - b) Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
 - c) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica, conferindo se os critérios objetivos foram respeitados pela Subcomissão Técnica;
 - d) Proclamação do resultado do julgamento geral do Plano de Comunicação Publicitária e das informações, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
- 11.2.8. Quanto às propostas classificadas, a ordem das propostas técnicas será feita mediante a aplicação do



critério de julgamento da **maior pontuação**.

11.2.9. Divulgação na sessão do resultado do julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e das informações, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome das Licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na **alínea “b” do inciso I do artigo 109 da Lei nº 8.666/1993**;

11.2.10. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Compras e Licitação prosseguirá na sessão com a seguinte pauta:

a) abrir os Envelopes “D” com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Compras e Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

b) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes “D”;

d) 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;

e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) efetuar com a licitante mais bem-classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, nos termos da Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação;

h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços – observado o disposto nos subitens 7.9.3, 7.9.4, 7.9.5, 7.10 e 8.6.3 deste Edital – a licitante que:

h1) tenha sido mais bem-classificada na Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço; ou

h2) tenha sido mais bem-classificada na Proposta Técnica e concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

i) divulgar o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas na forma do item 12 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 13;

11.3. Convocação das licitantes classificadas no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação (**ENVELOPE E**);



- 11.4. Recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e neste instrumento convocatório;
- 11.5. Decisão quanto à habilitação ou inabilitação das Licitantes e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea "a" do inciso I do artigo 109 da Lei nº 8.666/1993; no caso de inabilitação proceder-se-á a análise dos documentos de habilitação da próxima classificada e assim sucessivamente, se o caso.
- 11.6. Não ocorrendo a interposição de recursos, ou havendo sua expressa desistência, ou ainda tendo sido julgados os recursos interpostos, passar-se-á à fase seguinte;
- 11.7. Reconhecida a habilitação das Licitantes, será homologado o procedimento e remetido à Deliberação da Diretoria do CRF-SP para eventual adjudicação do objeto licitado e conseqüente celebração de contrato, sendo **vedada** a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios.
- 11.8. É facultada à Comissão de Compras e Licitações, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica ou dos Documentos de Habilitação.
- 11.9. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na *internet*, www.crfsp.org.br, no *link* "Transparência / Licitações / Licitações em andamento", sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante.
 - 11.9.1. Os pedidos de esclarecimentos referentes ao processo licitatório deverão ser enviados à Comissão de Licitações e Contratos em até 07 (sete) dias úteis anteriores à data fixada para abertura da sessão pública, exclusivamente por meio eletrônico via internet pelo e-mail: licitacoes@crfsp.org.br.
 - 11.9.2. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar a identificação da sua proposta perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (**ENVELOPE A**).
 - 11.9.3. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.
 - 11.9.4. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data de abertura prevista no item 2.1 deste Edital.
- 11.10. Caso não seja possível a finalização dos atos descritos nas respectivas sessões públicas, em virtude do número de licitantes, as sessões serão suspensas e reiniciadas no dia útil subsequente e assim sucessivamente, quantos dias sejam necessários para sua finalização.
 - 11.10.1. A sessão prosseguirá independente de nova intimação.
 - 11.10.2. A licitante que optar por não comparecer será, automaticamente, desclassificada.



- 11.10.3. A licitante poderá substituir seu representante mediante apresentação de novo credenciamento na forma estabelecida no item 5 do Edital.
- 11.10.4. Haverá uma tolerância de 15 (quinze) minutos de atraso, após esse período, a empresa será considerada ausente e será aplicada a hipótese do item 11.10.2. do Edital.
- 11.10.4.1. A Comissão de Compras e Licitações, em virtude de algum fato concreto, poderá, segundo seu próprio discernimento, alterar o prazo estabelecido no item 11.10.4. do Edital.

12. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

- 12.1. A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da União é obrigatória:
- a) nas sessões de abertura de invólucros;
 - b) no Diário Oficial da União;
 - c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

13. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

- 13.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 5 (cinco) dias úteis da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, de segunda a sexta-feira, das 08h30 às 17h30, no Departamento de Atendimento, situado na Rua Capote Valente, 487 – térreo – Jardim América – CEP: 05409-001 – São Paulo – SP, ou enviado por E-mail licitacoes@crfsp.org.br, o qual deverá ser julgado e respondido em até 3 (três) dias úteis, contados da data do seu recebimento, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.
- 13.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preço, mediante solicitação por escrito e protocolizada ou enviada por E-mail conforme item 13.1.
- 13.3. Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.
- 13.4. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.
- 13.5. Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Conselho



Regional de Farmácia do Estado de São Paulo – A/C Comissão de Compras e Licitações – Rua Capote Valente, 487 – 3º Andar – Jardim América – CEP: 05409-001 – São Paulo – SP.

- 13.6. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.
- 13.7. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Compras e Licitações poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) a Diretoria do CRF-SP, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.
- 13.8. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.
- 13.9. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão de Compras e Licitações.
- 13.10. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Compras e Licitações – motivadamente e se houver interesse para o CRF-SP – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

14. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 14.1. As despesas com o contrato resultante desta Concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)**.
- 14.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o período de execução do contrato está consignado no orçamento e correrá à conta Serviços de Divulgação e Publicidade – Elemento de despesa: 6.2.2.1.1.01.04.04.005.009.
- 14.3. O CRF-SP se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

15. DA REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

- 15.1. A remuneração pelos serviços prestados, será feita nos termos da minuta de contrato (Anexo IV), de acordo com os preços estabelecidos nas Propostas de Preços apresentadas.
- 15.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da sobredita minuta do contrato (Anexo IV).

16. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 16.1. Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de até 10% (dez por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 14.1., independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993 e descritas no Anexo IV, diante das seguintes ocorrências:



- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
 - b) não manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.
- 16.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo CRF-SP, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (Anexo IV).

17. DA GARANTIA CONTRATUAL

- 17.1. Para a prestação dos serviços, a CONTRATADA deverá apresentar, no prazo de até 05 (cinco) dias corridos, a contar da assinatura do contrato, garantia de execução equivalente a 2,5% (dois virgula cinco por cento) do valor global contratado, consoante o artigo 56 da Lei nº 8.666/93, devendo optar por uma das seguintes modalidades:
- 17.1.1. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública federal, devendo estes terem sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;
 - 17.1.1.1. Caso a CONTRATADA opte por caução em dinheiro, o depósito deverá ser efetuado conforme especificações posteriores do CRF-SP.
 - 17.1.1.2. Caso a CONTRATADA opte por apresentar títulos da dívida pública federal, tais títulos deverão ter valor de mercado compatível com aquele a ser garantido no contrato, preferencialmente em consonância com as espécies recomendadas pelo Governo Federal, como aquelas previstas no artigo 2º da Lei nº 10.179/2001.
 - 17.1.2. Fiança bancária, contendo:
 - 17.1.2.1. prazo de validade, que deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 3 (três) meses;
 - 17.1.2.2. expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao CRF-SP, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra as obrigações decorrentes da execução do Contrato;
 - 17.1.2.3. renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827 e 838 do Código Civil.
 - 17.1.3. Seguro-garantia, contendo:
 - 17.1.3.1. a apólice deverá indicar o CONTRATANTE como beneficiário;
 - 17.1.3.2. prazo de validade, que deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 3 (três) meses;



- 17.1.3.3. cláusula que assegure o pagamento, independente de interpelação judicial, caso o TOMADOR não cumpra as obrigações decorrentes da execução do contrato.
- 17.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,2% (dois décimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 5% (cinco por cento).
- 17.3. A CONTRATANTE poderá utilizar a garantia contratual, a qualquer momento, para se ressarcir das despesas decorrentes de quaisquer obrigações inadimplidas da CONTRATADA.
- 17.3.1. A garantia responderá pelo fiel cumprimento das disposições do contrato, ficando o CRF-SP autorizado a executá-la para cobrir multas ou indenizações a terceiros ou pagamento de qualquer obrigação, inclusive em caso de rescisão.
- 17.4. A garantia prestada ou a parte remanescente somente será liberada ou restituída após o vencimento ou rescisão do contrato, desde que integralmente cumpridas as obrigações assumidas no contrato pela CONTRATADA.
- 17.5. Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de qualquer obrigação, inclusive multas contratuais ou indenização a terceiros, a CONTRATADA fica obrigada a fazer a reposição, no prazo máximo de 15 (quinze) dias a contar da data do recebimento de comunicação do CRF-SP.

18. DISPOSIÇÕES GERAIS

- 18.1. O CRF-SP não aceitará, em hipótese alguma, futuras alegações de omissão na proposta, de serviços necessários à execução do instrumento contratual, ou de inexatidão relativamente à quantidade CONTRATADA, com o objetivo de alterar a cotação realizada.
- 18.2. O CRF-SP poderá, a qualquer tempo que anteceda a celebração do instrumento contratual e, a seu exclusivo critério, cancelar a presente Licitação, sem que caibam aos participantes quaisquer direitos, vantagens ou indenizações.
- 18.3. As propostas terão validade por 90 (noventa) dias, contados da data da entrega dos envelopes.
- 18.4. A CONTRATADA fica obrigada a aceitar nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem em até 25% (vinte e cinco por cento), do valor inicial atualizado do contrato, sendo limitado em conformidade com o artigo 65, parágrafo 1º da Lei nº 8.666/93, entendendo-se como contrato todos os instrumentos mencionados no artigo 62, do mesmo diploma legal.
- 18.5. A critério do CRF-SP, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.
- 18.6. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV, e o prazo de 05 (cinco) dias, contados a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista na Cláusula Décima Sétima do Edital.



- 18.6.1. Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no item 18.6, para assinar o contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, o CRF-SP poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.
- 18.7. O CRF-SP se reserva ao direito de rescindir o contrato, na forma dos artigos 77, 78 e seus incisos (I a XVII) da Lei nº 8.666/93.
- 18.8. A presente licitação poderá ser anulada em qualquer tempo, desde que seja constatada irregularidade no processo ou no seu julgamento ou revogada, por decisão fundamentada, em que fique evidenciada a notória relevância de interesse do CRF-SP, sem que caiba às licitantes qualquer indenização.
- 18.9. É facultada a todas as empresas interessadas a consulta aos autos do Processo Administrativo, na Sede do CRF-SP, no Departamento de Licitações e Contratos, situado na Rua Capote Valente, 487 – 3º andar – Jardim América – São Paulo – SP, no horário das 08h30 às 17h30, com prévio agendamento por meio do telefone (11) 3067-1478 e mediante apresentação de solicitação por escrito assinada pelo representante da empresa, que tenha poderes para tanto, sendo esta solicitação arquivada nos autos do processo.
- 18.9.1. É vedado o agendamento de vistas para a data de abertura das propostas a fim de evitar tumulto e prejuízo ao certame.
- 18.9.2. Considerando o amplo acesso de todos os interessados aos autos do processo, não haverá fornecimentos de informação diversa da constante no edital ou complementar por qualquer meio de comunicação, seja telefone, fax, *e-mail* ou similar.
- 18.9.3. Em caso de extração de cópias, a solicitação deve ser expressa nesse sentido e o custo será de responsabilidade do interessado.
- 18.10. Os prazos previstos neste edital, salvo disposição expressa ou legal em contrário, serão contados em dias corridos, excluindo-se o dia do início e incluindo-se o último dia.
- 18.11. É expressamente vedada a subcontratação total do objeto deste Edital, sob pena de rescisão contratual.
- 18.11.1. Será permitida a subcontratação parcial, mediante avaliação da área técnica da CONTRATANTE.
- 18.12. Será de responsabilidade da CONTRATADA o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.
- 18.13. Fica eleito o foro da subseção judiciária de São Paulo (Justiça Federal) como único e competente para processar qualquer questão oriunda deste edital e do respectivo procedimento licitatório, bem como referentes ao contrato a que der origem, com renúncia expressa de qualquer outro por mais privilegiado que seja.



19. ELEMENTOS FORNECIDOS EM ANEXO

19.1. Os documentos relacionados a seguir são parte integrante deste Edital, e denominados Anexos:

- a) Anexo I: Modelo de Carta de Credenciamento;
- b) Anexo II: Modelo de Declaração;
- c) Anexo III: Proposta de Preços;
- d) Anexo IV: Modelo de Minuta do Contrato;
- e) Anexo V: Briefing;
- f) Anexo VI: Declaração de Regularidade Perante o Ministério do Trabalho.

Elizabeth Adaniya
Depto de Licitações e Contratos

Mariana Dias Torres
Comissão de Licitações e Contratos

Alexandre Pires Omena
Comissão de Licitações e Contratos



CRF-SP

**Conselho Regional de Farmácia
do Estado de São Paulo**

Rua Capote Valente, 487 – Jardim América - CEP 05409-001 – São Paulo – SP
Fone (0..11) 3067-1450 – Fax (0..11) 3064-8973 – Home Page: <http://www.crfsp.org.br>

ANEXO I

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 072/2016
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2016**

Ao Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo

REF.: Concorrência Pública nº 003/2016

Prezados Senhores,

Em atendimento ao disposto no **Edital de Concorrência Pública nº 003/2016** em referência, credenciamos o Sr., portador da Cédula de identidade nº, e do CPF/MF nº, para representar nossa empresa no referido processo licitatório, com plenos poderes para prestar esclarecimentos, tomar deliberações, assinar atas, interpor recurso, renunciar ao direito de interpor recurso, negociar novas condições, assinar termos de compromisso e tudo o mais que se faça necessário para a plena participação de nossa empresa no presente certame.

(Local e data)

(Assinatura do representante legal)
(Nome e função da pessoa que assinar)

(OBSERVAÇÃO: ESTA DECLARAÇÃO DEVERÁ SER DIGITADA OU IMPRESSA EM PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA PROPONENTE E ASSINADA PELO REPRESENTANTE LEGAL. DEVERÁ JUNTAR A COMPROVAÇÃO DOS PODERES DE REPRESENTAÇÃO DO SIGNATÁRIO.)

O Presente material é titularizado com exclusividade pelo Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo, e qualquer reprodução, utilização ou divulgação, sem expressa autorização da titular, importa em ato ilícito, nos termos da legislação pertinente, por intermédio da qual serão imputadas as responsabilidades cabíveis.



ANEXO II

MODELO DE DECLARAÇÃO

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 072/2016 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2016

Ao Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo

Prezados Senhores,

Em atenção ao Edital de **Concorrência Pública nº 003/2016**, declaramos que:

1. Concordamos com suas disposições e de seus Anexos.
2. Comprometemo-nos a garantir o prazo de validade dos preços e condições constantes da presente proposta pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da apresentação da proposta.
3. Temos os equipamentos e/ou materiais e/ou pessoal disponíveis necessários, em perfeitas condições para iniciar os serviços objeto desta licitação, de acordo com a(s) disponibilidade(s) discriminada(s) no ato convocatório e seus Anexos.
4. Acataremos integralmente as determinações do CRF-SP nos assuntos concernentes ao objeto desta Licitação.
5. Avaliamos os serviços objeto desta Licitação e asseguramos ter pleno conhecimento das condições gerais para realização dos serviços, bem como da legislação pertinente à contratação em pauta e demais condições previstas na minuta do Contrato, e de que somente serão válidas as informações e esclarecimentos remetidos oficialmente, por escrito, pela Comissão de Compras e Licitações do CRF-SP.
6. Na hipótese de nossa empresa vir a ser vencedora da presente Licitação, o(s) representante(s) legal(is) para a assinatura do contrato será(ão):

Nome: Nome:

(Nome da Empresa)

Cargo: Cargo:

Local e Data:

Assina:

(OBSERVAÇÃO: ESTA DECLARAÇÃO DEVERÁ SER DIGITADA OU IMPRESSA EM PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA PROPONENTE E ASSINADA PELO REPRESENTANTE LEGAL.)

O Presente material é titularizado com exclusividade pelo Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo, e qualquer reprodução, utilização ou divulgação, sem expressa autorização da titular, importa em ato ilícito, nos termos da legislação pertinente, por intermédio da qual serão imputadas as responsabilidades cabíveis.



CRF-SP

Conselho Regional de Farmácia
do Estado de São Paulo

Rua Capote Valente, 487 – Jardim América - CEP 05409-001 – São Paulo – SP
Fone (0..11) 3067-1450 – Fax (0..11) 3064-8973 – Home Page: <http://www.crfsp.org.br>

ANEXO III – PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 072/2016 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2016

Ao Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo

Prezados Senhores,

Em atenção ao Edital de **Concorrência Pública nº 003/2016**, declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

I) desconto, a ser concedido ao CRF-SP, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, referentes a peças e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: _____ % (_____ por cento);

II) honorários, a serem cobrados do CRF-SP, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: _____ % (_____ por cento);

III) honorários, a serem cobrados do CRF-SP, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: _____ % (_____ por cento);

IV) honorários, a serem cobrados do CRF-SP, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: _____ % (_____ por cento).

_____, ____ de _____ de _____
(nome da licitante)
Representante legal



ANEXO IV – MINUTA DO CONTRATO

TERMO DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO Nº ____/2017, QUE ENTRE SI FAZEM O CONSELHO REGIONAL DE FARMÁCIA DO ESTADO DE SÃO PAULO E A

O Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo - CRF-SP, Autarquia Federal, instituída pela Lei nº 3.820/60, com sede na Rua Capote Valente, 487 – Jardim América – CEP: 05409-001 – São Paulo – SP, C.N.P.J 60.975.075/0001-10, neste ato representada por seu Presidente, Dr. Pedro Eduardo Menegasso, brasileiro, casado, farmacêutico inscrito no CRF-SP sob nº 14.010, portador da cédula de identidade RG nº 15.331.786-3 SSP/SP e inscrito no CPF/MF sob o nº 145.475.748-55 e por seu Diretor Tesoureiro, Dr. Marcos Machado Ferreira, brasileiro, casado, farmacêutico inscrito no CRF-SP sob nº 32.635, portador da cédula de identidade RG nº 19.171.653-4 SSP/SP e inscrito no CPF/MF sob o nº 101.233.448-16, doravante simplesmente denominado **CONTRATANTE**, e do outro lado a empresa ...[RAZÃO SOCIAL]..., inscrita no CNPJ/MF sob o nº ...[CNPJ]..., com sede na ...[ENDEREÇO COMPLETO]..., representada por(ela) Sr.(a) ...[NOME COMPLETO]..., ...[NACIONALIDADE]..., ...[ESTADO CIVIL]..., ...[PROFISSÃO]..., portador(a) da cédula de identidade RG nº ...[RG]..., inscrito(a) no CPF/MF sob o nº ...[CPF]..., residente e domiciliado(a) à ...[ENDEREÇO COMPLETO]..., a seguir denominada **CONTRATADA**, tem certo e ajustado o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência nº 003/2016, Processo Administrativo nº 072/2016, mediante os termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

- 1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993, e na Lei Complementar nº 123/2006.
- 1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato, e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados, o Edital da Concorrência 003/2016 e seus anexos, a proposta e demais documentos apresentados, bem como às disposições das normas regulamentadoras específicas no que não o contrariem.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

- 2.1. A presente CONCORRÊNCIA se destina à obtenção de propostas para a contratação de 1 (uma) agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, assim considerados 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, que se mostre do interesse e se encontre no âmbito de atribuição desta Entidade, objetivando a promoção de campanhas, programas, serviços, difundir ideias ou informar o público em geral.
- 2.2. Integram também o objeto desta concorrência, como atividade complementar, os serviços especializados que sejam pertinentes:



- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
 - b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
 - c) 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.
- 2.3. As pesquisas e avaliações previstas na alínea "a" outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do item 2.2. terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, vedado o tratamento de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a respectiva ação publicitária.
- 2.4. Deverão ser desenvolvidas ações de publicidade pelo prazo de 12 (doze) meses, conforme previsto neste edital, com início da prestação de serviços na data da assinatura do contrato entre o CRF-SP e com foco nas ações de comunicação previstas no Anexo V (Briefing).
- 2.5. As ações de publicidade ocorrerão durante todo o período contratual, de acordo com a conveniência do CRF-SP.
- 2.6. Não se admitirá qualquer veiculação sem o prévio consentimento, por escrito, do CRF-SP.
- 2.7. Para as ações realizadas ao longo do ano, o prazo máximo de criação será de 10 (dez) dias corridos após o Briefing, em caso de solicitação de alteração ou adequação o prazo máximo será de 05 (cinco) dias corridos.
- 2.8. Toda campanha ou ação, antes da veiculação, deverá ser aprovada pelo CRF-SP, e somente as campanhas e produtos aprovados pelo CRF-SP serão pagos.
- 2.9. Os serviços de publicidade compreenderão todas as fases do desenvolvimento de uma campanha publicitária (incluindo planejamento e estratégia de mídia), a saber: estudo, planejamento, concepção, criação, elaboração de plano de mídia, intermediação, veiculação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários das campanhas.
- 2.10. Os serviços afetos à concepção das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação;
- 2.11. A licitante deverá apresentar e justificar as ações de divulgação por ela sugeridas.
- a) A apresentação deverá conter a descrição das ações, a forma detalhada de sua execução e a duração da veiculação;
 - b) A justificativa deverá, principalmente, detalhar como essas ações atingirão o público-alvo da campanha.
- 2.12. A licitante deverá estipular, no plano proposto, mecanismos eficazes de mensuração do desempenho das campanhas.

CLÁUSULA TERCEIRA – DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA



- 3.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes de lei:
 - 3.1.1. Executar qualquer serviço somente após a aprovação formal – por escrito – do CONTRATANTE.
 - 3.1.2. Manter durante toda a execução deste contrato, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação previstas nesta licitação.
 - 3.1.3. Respeitar e cumprir as normas administrativas em vigor no CONTRATANTE.
- 3.2. Quanto à execução dos serviços e responsabilidade técnica:
 - 3.2.1. Executar os serviços ora contratados com elevada qualidade.
 - 3.2.2. Facilitar a ação da fiscalização, fornecendo informações ou provendo acesso à documentação e aos serviços em execução e atendendo prontamente às observações e exigências por ele apresentadas.
 - 3.2.3. Refazer ou reparar, às suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização, todo e qualquer serviço considerado “inaceitável”, conforme a devida justificativa.
 - 3.2.4. Manter à frente dos serviços um representante expressamente credenciado, capaz de responsabilizar-se pela direção dos serviços contratados e representar a CONTRATADA perante o CONTRATANTE.
 - 3.2.5. A CONTRATADA obriga-se a apresentar, sempre que solicitado e sem ônus para o CONTRATANTE, serviço básico de pesquisa de mídia regular em todos os mercados, públicos-alvo e periodicidades existentes, de acordo com a disponibilidade dos institutos de pesquisa.
 - 3.2.5.1. Entende-se por serviço básico de pesquisa de mídia regular:
 - a) Hábitos de consumo dos meios de comunicação e dos veículos monitorados por pesquisa;
 - b) Audiência, alcance e frequência de televisão (aberta e por assinatura), domiciliar e individual, em âmbito nacional e em todos os mercados disponíveis, inclusive em bancos de audiência regionais, caso seja necessário;
 - c) Audiência de Rádio (AM e FM) - em todos os mercados disponíveis;
 - d) Painel de audiência de rádio - simulação de planos de mídia;
 - e) Circulação e tiragem dos meios jornal e revista;



- f) Índice de leitura de jornal e revista;
- g) Audiência de internet (total de visitantes únicos, % de alcance, composição % de visitantes únicos, índice de composição de visitantes únicos, índice de composição de páginas vistas, média diária de visitantes, total de minutos, total de páginas vistas, total de visitas, média de minutos por visita, média de visitas por visitante);
- h) Dados de internet (principais portais e sites de interesse do CRF-SP);

3.2.6. No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes originais:

- a) Revista: exemplar;
- b) Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;
- c) TV e Rádio: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, e dia da veiculação;

c1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea “c”, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea “c” deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento ‘composto’ contenha todas as informações previstas no item “c”.
- d) Mídia Out Of Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos por amostragem, período de veiculação, local, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;
- e) Mídia Digital Out Of Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, período de veiculação, acompanhado de declaração de



execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

- 3.2.7. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos do subitem 3.2.6. serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.
- 3.2.8. Utilizar profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (critérios de elaboração e julgamento das propostas de comunicação e informações) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovados pelo CONTRATANTE.
- 3.2.9. As peças gráficas criadas deverão ser fornecidas ao CONTRATANTE em CD-ROM ou DVD, logo após sua finalização, para que possam ser reproduzidas sempre que houver necessidade para preenchimento de espaços de contrapartida, ações promocionais ou publicações internas.
- 3.2.10. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.
- 3.2.11. Registrar em Relatórios de Atendimento todas as reuniões de serviço mantidas entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, exceto aquelas que o CONTRATANTE não considerar necessárias, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.
 - 3.2.11.1. O relatório decorrente das reuniões descritas no item 3.2.11 deverão ser entregues ao CONTRATANTE em, no máximo, 02 (dois) dias úteis de sua realização.
 - 3.2.11.2. Havendo incorreção no registro dos assuntos tratados em reunião, o CONTRATANTE solicitará, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data de recebimento do Relatório de Atividades, a correção necessária a fim de não deixar dúvidas quanto ao entendimento e diretrizes de trabalho.
- 3.2.12. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA, relativos a serviços realizados até a data destas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratados.
- 3.2.13. Responder por qualquer dano ou prejuízo causado ao CONTRATANTE ou a terceiros, por ação ou omissão de seus prepostos e/ou empregados, em decorrência da execução dos serviços previstos neste contrato.



- 3.2.14. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.
- 3.2.15. Obter as licenças necessárias à execução dos serviços nas repartições e Órgãos competentes.
- 3.2.16. Manter o CONTRATANTE isento de quaisquer reivindicações, demandas, queixas e representações de qualquer natureza, decorrentes de sua ação, inclusive trabalhistas.
- 3.2.17. Cumprir todas as leis e posturas – federais, estaduais e municipais pertinentes – e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.
- 3.2.18. Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições relativas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 3.2.19. 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.
- 3.2.20. Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de satisfação de todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 3.2.21. Manter por si, seus prepostos e seus contratados, total e irrestrito sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos pelo CONTRATANTE.
- 3.2.21.1. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da lei e às indenizações por perdas e danos previstas na legislação ordinária.
- 3.2.22. Responder, perante o CONTRATANTE e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu, em quaisquer serviços integrantes do objeto deste contrato.
- 3.2.23. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE.
- 3.2.24. Responder por qualquer ação judicial movida por seus prepostos ou terceiros, com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionada com os serviços objeto deste contrato.



- 3.2.25. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE, ou auditoria externa por ela indicada, tenha acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE, objetos do presente contrato.
- 3.2.26. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas legais correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que estiver de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, com a moral e os bons costumes.
- 3.2.27. Repassar ao CONTRATANTE o valor integral obtido após negociação com veículos de comunicação, sob pena de aplicação de restituição dos valores em moeda corrente ou aplicação de multa.
 - 3.2.27.1. O repasse, na vigência do contrato, pode ocorrer por meio de contraprestações devidamente aprovadas pelo CONTRATANTE.
- 3.2.28. Respeitar os prazos estabelecidos pelo CONTRATANTE, sobretudo os estabelecidos para as ações realizadas ao longo do ano, sendo o prazo máximo para criação de 10 (dez) dias corridos após o *Briefing*, em caso de solicitação de alteração ou adequação o prazo máximo será de 05 (cinco) dias corridos contados a data da solicitação.
- 3.3. Quanto a pessoal:
 - 3.3.1. Responder pela supervisão, direção técnica e administrativa da mão-de-obra necessária à execução dos serviços contratados, como única e exclusiva empregadora.
 - 3.3.2. Fazer cumprir a legislação trabalhista com relação aos seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados subcontratados.
 - 3.3.3. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de isentar o CONTRATANTE de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, quando não for possível, em caso de condenação, reembolsar o CONTRATANTE às importâncias que esta tiver sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 3.4. Fornecer os materiais necessários à execução de todos os serviços integrantes deste contrato.
- 3.5. A CONTRATADA não terá autonomia para realizar os trabalhos contratados, como veiculações publicitárias, sem a solicitação formal do CONTRATANTE.
- 3.6. Todos os trabalhos deverão ser previamente submetidos pela CONTRATADA ao CONTRATANTE, que poderá rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao objeto desejado ou especificado, hipótese em que a CONTRATADA não fará jus aos honorários sobre os trabalhos reprovados.
- 3.7. Deverá a CONTRATADA submeter previamente ao CONTRATANTE, também, quaisquer despesas relacionadas com este contrato, inclusive as de produção e veiculação.



- 3.8. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao CONTRATANTE para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes.
- 3.9. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.
- 3.10. É dever da CONTRATADA acompanhar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.
- 3.11. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:
- I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
 - II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados perante a CONTRATANTE, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;
 - III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados perante a CONTRATANTE que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
 - IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
 - V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
 - VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.
- 3.11.1. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.
- 3.11.1.1. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/1993 está dispensado do procedimento previsto no subitem 3.11.1.
- 3.12. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do Gestor deste contrato.
- 3.13. Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:



- a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA;
- b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA CONTRATANTE

- 4.1. Além das obrigações resultantes da observância da legislação vigente, são obrigações do CONTRATANTE:
- a) Fornecer os elementos e especificações, necessários à execução completa dos serviços.
 - b) Proporcionar as condições necessárias para a boa execução dos serviços.
 - c) Cumprir os compromissos financeiros oriundos do presente contrato, nos seus termos e condições.
 - d) Exercer a fiscalização dos serviços através de funcionários especialmente designados, verificando se no desenvolvimento dos trabalhos, estão sendo cumpridos os serviços e especificações previstas no edital, no *briefing*, na proposta e no contrato, de forma satisfatória, e documentando as ocorrências.
 - e) Comunicar a falta de cumprimento das obrigações ao responsável da CONTRATADA, para que as falhas possam ser corrigidas a tempo.
 - f) Prestar à CONTRATADA e a seus representantes e funcionários, todas as informações e esclarecimentos que eventualmente venham a ser solicitados.
 - g) Convocar a CONTRATADA para reuniões, sempre que necessário.
 - h) Manter equipe interna à disposição da CONTRATADA para acompanhamento, participação em reuniões, fornecimento de informações e esclarecimentos quanto às diretrizes do trabalho;
 - i) Encaminhar a liberação de pagamento das faturas da prestação de serviços aprovadas, correspondentes aos serviços efetivamente prestados pela CONTRATADA, no prazo pactuado, mediante as notas fiscais/faturas, devidamente atestadas, comunicando à CONTRATADA, por escrito e tempestivamente, qualquer mudança de Administração e endereço de cobrança.
 - j) Manifestar-se formalmente em todos os atos relativos à execução do contrato, em especial quanto à aplicação de sanções e alterações do mesmo.

CLÁUSULA QUINTA – DA FISCALIZAÇÃO/CONTROLE DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS



- 5.1. Não obstante a contratada seja a única e exclusiva responsável pela execução de todos os serviços, ao CRF-SP é reservado o direito de, sem que de qualquer forma restrinja a plenitude dessa responsabilidade, exercer a mais ampla e completa fiscalização sobre os serviços, por funcionário indicado, podendo para isso:
- a) Acompanhar os serviços que serão executados pela CONTRATADA, em qualquer de suas fases, sem prévia comunicação.
 - b) Promover as diligências necessárias de forma a acompanhar a execução do contrato;
 - c) Tomar a decisão final em todos e quaisquer assuntos relativos ao objeto contratado, levando-se em conta a experiência, opiniões e sugestões da CONTRATADA;
 - d) Observar para que durante toda a vigência do contrato, seja mantida a compatibilidade com as obrigações assumidas, as condições de habilitação e qualificações exigidas na contratação.
 - e) Solicitar a substituição de qualquer profissional integrante das equipes de trabalho cuja atuação, permanência ou comportamento sejam julgados inadequados, prejudiciais, inconvenientes ou insatisfatórios pelo CRF-SP.
 - f) Notificar, em reunião com representantes da CONTRATADA ou por escrito, defeitos e irregularidades encontrados na execução dos serviços, fixando prazos para sua correção, podendo suspender eventuais pagamentos deles oriundos.
 - g) Notificar a CONTRATADA da aplicação de eventuais multas e da suspensão da prestação de serviços.
- 5.2. É assegurada ao CONTRATANTE a faculdade de exigir, a qualquer tempo, da CONTRATADA, documentação que comprove o correto e tempestivo pagamento de todos os encargos previdenciários, trabalhistas, fiscais e comerciais decorrentes da execução deste contrato.
- 5.3. A fiscalização e acompanhamento dos serviços prestados pela CONTRATADA serão feitos pelo Departamento de Comunicação, que reclamará junto ao representante ou preposto indicado a regularização das eventuais falhas ou irregularidades que forem verificadas, comunicando à autoridade superior aquelas que ultrapassarem a sua competência, tudo sem prejuízo das penalidades que se mostrarem cabíveis.

CLÁUSULA SEXTA – DA GARANTIA CONTRATUAL

- 6.1. Para a prestação dos serviços, a CONTRATADA deverá apresentar, no prazo de até 05 (cinco) dias corridos, a contar da assinatura do contrato, garantia de execução equivalente a 2,5% (dois virgula cinco por cento) do valor global contratado, consoante o artigo 56 da Lei nº 8.666/93, devendo optar por uma das seguintes modalidades:
- 6.1.1. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública federal, devendo estes terem sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;



- 6.1.1.1. Caso a CONTRATADA opte por caução em dinheiro, o depósito deverá ser efetuado conforme especificações posteriores do CRF-SP.
- 6.1.1.2. Caso a CONTRATADA opte por apresentar títulos da dívida pública federal, tais títulos deverão ter valor de mercado compatível com aquele a ser garantido no contrato, preferencialmente em consonância com as espécies recomendadas pelo Governo Federal, como aquelas previstas no artigo 2º da Lei nº 10.179/2001.
- 6.1.2. Fiança bancária, contendo:
 - 6.1.2.1. prazo de validade, que deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 3 (três) meses;
 - 6.1.2.2. expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao CRF-SP, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra as obrigações decorrentes da execução do contrato;
 - 6.1.2.3. renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827 e 838 do Código Civil.
- 6.1.3. Seguro-garantia, contendo:
 - 6.1.3.1. a apólice deverá indicar o CONTRATANTE como beneficiário;
 - 6.1.3.2. prazo de validade, que deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 3 (três) meses;
 - 6.1.3.3. cláusula que assegure o pagamento, independente de interpelação judicial, caso o TOMADOR não cumpra as obrigações decorrentes da execução do contrato.
- 6.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,2% (dois décimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 5% (cinco por cento).
- 6.3. A CONTRATANTE poderá utilizar a garantia contratual, a qualquer momento, para se ressarcir das despesas decorrentes de quaisquer obrigações inadimplidas da CONTRATADA.
 - 6.3.1. A garantia responderá pelo fiel cumprimento das disposições do contrato, ficando o CRF-SP autorizado a executá-la para cobrir multas ou indenizações a terceiros ou pagamento de qualquer obrigação, inclusive em caso de rescisão.
- 6.4. A garantia prestada ou a parte remanescente somente será liberada ou restituída após o vencimento ou rescisão do contrato, desde que integralmente cumpridas as obrigações assumidas no contrato pela CONTRATADA.
- 6.5. Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de qualquer obrigação, inclusive multas contratuais ou indenização a terceiros, a CONTRATADA fica obrigada a fazer a reposição, no prazo máximo de 15 (quinze) dias a contar da data do recebimento de comunicação do CRF-SP.



CLÁUSULA SÉTIMA – DOS DIREITOS AUTORAIS

- 7.1. A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.
- 7.2. O CONTRATANTE será o único e exclusivo proprietário dos resultados oriundos do cumprimento do presente contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.
- 7.3. É garantido ao CONTRATANTE o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à CONTRATADA, ou a terceiros, antes da assinatura do presente contrato.
- 7.4. Fica garantido ao CONTRATANTE a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos, inclusive do uso e da exploração econômica sobre os resultados decorrentes da execução do objeto contratual, que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor. Caso os resultados importem na elaboração de bem de informática, o CONTRATANTE titularizará o direito autoral sobre aquele bem, respeitada a nomeação do autor, na forma das Leis nº 9.609/1998 e 9.610/1998.

CLÁUSULA OITAVA – DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

- 8.1. O presente contrato de prestação de serviços por tempo determinado terá seu início no ato de sua assinatura, e permanecerá vigente pelo período de 12 (doze) meses.

CLÁUSULA NONA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 9.1. As despesas com o contrato resultante desta Concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)**.
- 9.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o período de execução do contrato está consignado no orçamento e correrá à conta Serviços de Divulgação e Publicidade – Elemento de despesa: 6.2.2.1.1.01.04.04.005.009.
- 9.3. O CRF-SP se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

- 10.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula, limitada ao valor descrito no item 9.1 deste contrato:

l) desconto, a ser concedido ao CRF-SP, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, referentes a peças e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: _____ % (_____ por cento);



- II) honorários, a serem cobrados do CRF-SP, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: ____ % (____ por cento);
- III) honorários, a serem cobrados do CRF-SP, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: ____ % (____ por cento);
- IV) honorários, a serem cobrados do CRF-SP, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ____ % (____ por cento).
- 10.2. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.
- 10.3. Os honorários de que tratam os subitens 10.1. serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.
- 10.4. A CONTRATADA não fará jus a:
- a) honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - b) nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de comunicação e divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.
- 10.5. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.
- 10.5.1. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverá ser observada a Instrução Normativa do CRF-SP que regulamenta o tema, bem como deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.
- 10.6. O pagamento será feito mediante a apresentação de nota fiscal, por meio de ordem bancária, creditada em conta corrente da CONTRATADA no 21º (vigésimo primeiro) dia, a contar do recebimento da nota fiscal. Caso seja devolvida por inexata, novo prazo de 21 (vinte e um) dias será contado a partir de sua reapresentação, sem qualquer ônus, independentemente da data de vencimento.



- 10.6.1. Caso o pagamento seja postergado por culpa da CONTRATADA ou pela ausência de qualquer das comprovações descritas neste contrato e necessárias à comprovação do fiel cumprimento do objeto, a CONTRATADA não poderá deixar de efetuar o pagamento aos fornecedores conforme acordado.
- 10.6.2. A nota fiscal poderá ser substituída por fatura ou documento equivalente, observada a legislação aplicável.
- 10.6.3. A nota fiscal deverá ser emitida, preferencialmente, na data da prestação do serviço.
- 10.6.4. No campo para descrição na nota fiscal a empresa deverá informar os dados bancário para depósito, fazendo constar o Banco, número da Agência e Conta Corrente ou Poupança, caso a empresa opte por esta forma de pagamento. Em caso de pagamento via boleto, a empresa deverá observar as retenções previstas pelo item 10.6.5..
- 10.6.5. Para emissão da nota fiscal, a empresa vencedora deverá observar a legislação fiscal vigente e suas alterações subsequentes, especialmente a Instrução Normativa 1.234/2012 da Receita Federal, e suas alterações, que dispõe sobre a retenção de tributos e contribuições nos pagamentos efetuados pelas pessoas jurídicas que menciona a outras pessoas jurídicas pelo fornecimento de bens e serviços (<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=37200&visao=anotado>), devendo fazer constar no campo próprio da nota fiscal os percentuais de descontos e retenções.
- 10.6.5.1. Caso a empresa seja optante pelo Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional), de que trata o artigo 12 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, em relação às suas receitas próprias, deverão, juntamente com a nota fiscal para pagamento, apresentar devidamente preenchido o Anexo IV da instrução Normativa a que se refere o item anterior.
- 10.6.6. Além do disposto no item 10.6.5., as empresas deverão também observar a Lei Complementar nº 116/2003, relativa ao Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS), bem como observar os regulamentos do município correspondente no qual a empresa é prestadora de serviços, para que as notas fiscais sejam devidamente escrituradas e o recolhimento ocorra em conformidade às disposições legais, considerando o prazo constante do item 10.6, devendo o mesmo considerar também o vencimento do recolhimento do referido imposto e fazer o percentual correspondente constar do campo próprio da nota fiscal.
- 10.6.7. Nos casos em que os serviços sejam prestados para contratante do Município de São Paulo, cujos serviços sejam prestados por empresas domiciliadas fora deste município, observamos que cabe inclusive a aplicação das regulações próprias da Prefeitura do Município de São Paulo, especialmente quanto ao art.69 do Decr.53.151, de 2012 e da Portaria 118/2005, que trata de obrigatoriedade do cadastro no CPOM (Cadastro de Empresas de Fora do Município de São Paulo) e/ou retenção de ISS.
<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/financas/servicos/cpom/>



- 10.6.7.1. Caso a CONTRATADA não observe o prazo para recolhimento do ISS e o término da contagem do prazo disposto no item 10.6 ultrapasse o prazo para recolhimento do mesmo, o valor de possíveis penalidades, multas e afins, serão abatidos do valor líquido a ser pago à empresa, não sendo o CONTRATANTE onerado com tais custos de forma alguma.
- 10.6.8. Os pagamentos somente serão efetuados mediante a comprovação da regularidade fiscal e trabalhista.
- 10.7. O comprovante de pagamento de que trata o item 10.1 valerá como quitação da quantia devida.
- 10.8. O CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.
- 10.9. Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados pela CONTRATADA nos prazos e condições expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.
- 10.10. A CONTRATADA apresentará ao CONTRATANTE cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos efetuados a terceiros, até 10 (dez) dias após a sua realização.
- 10.11. O CONTRATANTE não liquidará ou pagará nenhuma despesa sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores e subcontratados.
- 10.11.1. O não cumprimento do disposto nos itens 10.9. e 10.10. ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.
- 10.11.1.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação do CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.
- 10.11.2. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.
- 10.12. No caso de eventuais atrasos por culpa exclusiva do CONTRATANTE e excetuando-se o previsto no item anterior, os valores serão corrigidos com base na variação pro-rata-die do INPC/IBGE, entre o dia do vencimento até a data da efetiva liquidação.
- 10.13. A nota fiscal deverá ser entregue no Departamento de Licitações e Contratos do CRF-SP, na Rua Capote Valente, 487 – 3º andar, no horário das 08h30 às 17h30 horas, impreterivelmente, podendo ser recusada a entrega caso não seja cumprido o horário determinado.
- 10.13.1. No caso da emissão de Nota Fiscal Eletrônica, deverá ser utilizado o e-mail: licitacoes@crfsp.org.br para recebimento da cópia do documento.
- 10.14. O CONTRATANTE efetuará o pagamento do objeto contratado somente à CONTRATADA, vedada sua negociação com terceiros.



- 10.15. O CONTRATANTE não liquidará ou pagará qualquer despesa sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA, ou de seus fornecedores e subcontratados, ou ainda, enquanto perdurar pendência de liquidação de obrigações em virtude de penalidades, reembolso ou inadimplência contratual.
- 10.16. Fica assegurado ao CONTRATANTE o direito de deduzir do pagamento devido à CONTRATADA, independente da aplicação de multas, importâncias correspondentes a:
- a) débitos a que tiver dado causa;
 - b) despesas relativas à correção de eventuais falhas;
 - c) dedução relativa a insumos de sua responsabilidade não fornecidos;
- 10.17. O CRF-SP é considerado consumidor final e, portanto, deverá o licitante obedecer ao fixado no artigo. 155, § 2º, inciso VII, da Constituição Federal do Brasil.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA RESCISÃO

- 11.1. O presente contrato poderá ser RESCINCIDO de pleno direito, conforme disposições e motivos previstos nos artigos 77, 78, 79 e 80 da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA ALTERAÇÃO

- 12.1. Este contrato poderá ser alterado em qualquer das hipóteses previstas no art. 65 da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS PENALIDADES

- 13.1. Pela inexecução total ou parcial das obrigações decorridas desta Concorrência, o CONTRATANTE poderá, garantida prévia defesa, rescindir o contrato, caso o contratado venha a incorrer em uma das situações previstas no artigo 78 da Lei nº 8.666/93, e, segundo a gravidade da falta, poderão ser aplicadas a CONTRATADA inadimplente as seguintes penalidades cominadas no artigo 87 da lei supracitada:
- a) Advertência;
 - b) Multa na importância de 15% (quinze por cento) sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, devidamente atualizada, em caso de descumprimento parcial ou execução insatisfatória do contrato;
 - c) Multa na importância de 30% (trinta por cento) sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, devidamente atualizado, em caso de descumprimento total do contrato;
 - d) Multa de 1% (um por cento) sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, devidamente atualizado por dia corrido de atraso da prestação dos serviços ou entrega do bem, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada para execução ou entrega, a ser cobrado pelo período máximo de 30 (trinta) dias de atraso.



- e) Caso fique caracterizado que a CONTRATADA não repassou valor integral referente a desconto concedido pelos veículos de comunicação, a empresa será obrigada a restituir o valor ao CRF-SP em moeda corrente, bem como lhe será aplicada multa de 10% (dez por cento) sobre o valor global do contrato.
 - f) O repasse, previsto na alínea “e”, na vigência do contrato, poderá ocorrer por meio de contraprestações devidamente aprovadas pelo CRF-SP.
 - g) Suspensão do direito de licitar por prazo a ser fixado segundo a graduação que for estipulada em função da natureza da falta;
 - h) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos que determinaram sua punição, ou até que seja promovida a sua reabilitação pelo CONTRATANTE.
- 13.2. Diante da infração, é possível a cumulação de penalidades, conforme previsão do § 2º do artigo 87 da Lei nº 8.666/93, bem como apuração posterior de perdas e danos, caso sejam dimensionados em valor superior.
- 13.3. Os valores das multas referidas nas alíneas “b”, “c” e “d” do item 13.1. serão descontados de qualquer fatura ou crédito existente no CRF-SP, em favor da CONTRATADA. Caso a multa seja superior ao crédito eventualmente existente, a diferença será cobrada administrativamente ou judicialmente;
- 13.3.1. Em caso de interposição de recurso pela empresa sancionada, o CONTRATANTE poderá reter os valores referentes às multas aplicadas enquanto pendente recurso de julgamento. Após julgamento, em caso de provimento o valor controvertido retido será pago à recorrente e em caso de desprovimento o valor será incorporado ao patrimônio do CRF-SP.
- 13.4. Em caso de aplicação de penalidade, a empresa será notificada e será concedido o prazo de 05 (cinco) dias úteis para apresentação de defesa prévia. Em caso de manutenção da penalidade imposta, a empresa será notificada e facultado novo prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.
- 13.4.1. As razões e eventuais contrarrazões deverão ser **protocoladas**, em via original, no horário das 08h30 às 17h30, em dias úteis, no Departamento de Atendimento do CRF-SP – Rua Capote Valente, 487 – CEP 05409-001, São Paulo/SP.
- 13.5. A multa, definitivamente mantida após a análise de eventuais recursos, deverá ser recolhida no **prazo máximo de 10 (dez) dias corridos**, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo – CRF-SP.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - FORO

- 14.1. Fica eleito o foro da subseção judiciária de São Paulo (Justiça Federal), como único e competente para processar qualquer questão oriunda deste contrato, com renúncia expressa de qualquer outro por mais privilegiado que seja.

E por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em 02 (duas) vias de igual teor e forma, para um só e único fim, juntamente com as testemunhas presentes ao ato.



CRF-SP

**Conselho Regional de Farmácia
do Estado de São Paulo**

Rua Capote Valente, 487 – Jardim América - CEP 05409-001 – São Paulo – SP
Fone (0..11) 3067-1450 – Fax (0..11) 3064-8973 – Home Page: <http://www.crfsp.org.br>

São Paulo, ____ de _____ de 2017.

Pela Contratante

Pela Contratada

Dr. Pedro Eduardo Menegasso
Presidente CRF-SP

XXXXXXXXXXXXXX
Representante Legal
(reconhecer firma em cartório)

Dr. Marcos Machado Ferreira
Diretor Tesoureiro



ANEXO V

BRIEFING

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 072/2016 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2016

JUSTIFICATIVA: A contratação de empresa especializada em publicidade para prestação de serviços técnicos de consultoria, planejamento, desenvolvimento de um plano de comunicação publicitária, incluindo a criação, produção e veiculação de peças publicitárias, tem a finalidade de divulgar à sociedade a importância do farmacêutico, promover o uso racional de medicamentos, aproximar o farmacêutico da Entidade e realizar a divulgação das ações do CRF-SP de forma eficaz.

Essa contratação tem o objetivo de conscientizar, o cidadão da importância do profissional para sua saúde, qualidade de vida e uso racional de medicamentos, conforme determina a Lei 13.021/14. Além disso, visa tornar públicas as ações da administração para que o farmacêutico conheça o papel do CRF-SP e o que é realizado, considerando as atribuições estabelecidas em lei para atuação da Entidade.

O CRF-SP utiliza a publicidade e a propaganda como meios auxiliares importantes na divulgação de suas atividades junto à sociedade e à comunidade farmacêutica. Por meio de campanhas e esforços individualizados e pontuais, o Conselho tem conseguido orientar a sociedade e os farmacêuticos inscritos sobre a importância de determinados cuidados à saúde. A contratação de uma agência de publicidade, que consiga agregar em seus produtos qualidade técnica, trará ganhos para a instituição por oferecer condições que permitirão dar ainda maior visibilidade aos temas das campanhas e o uso racional dos recursos destinados a este fim.

Em virtude da necessidade do CRF-SP de contar com apoio e ferramentas de planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, a contratação de uma empresa de publicidade trará os seguintes benefícios:

- ✓ Suporte técnico e operacional competente e adequado para o planejamento, a criação e o desenvolvimento de estratégias publicitárias;
- ✓ Condições de contar com serviços capazes de fornecer produtos e serviços nas áreas de publicidade e de propaganda com agilidade e com qualidade, o que contribui para qualificar a imagem da instituição junto à sociedade;
- ✓ Possibilidade de obter descontos importantes para os orçamentos das campanhas e ações pontuais com base em negociações com fornecedores e empresas do mercado publicitário e de comunicação;
- ✓ Melhor qualidade das ações pontuais e das campanhas publicitárias implementadas pelo CRF-SP devido à capacidade da empresa fornecedora de oferecer o trabalho de profissionais experientes e competentes no atendimento das demandas da Entidade;
- ✓ Maior agilidade na conclusão das peças publicitárias e mesmo das estratégias relacionadas, em virtude do conhecimento das ferramentas disponíveis no mercado pelos técnicos disponibilizados para o atendimento ao CRF-SP.

Produção de peças e campanhas atentas às exigências de padrões e parâmetros pré-estabelecidos, que auxiliarão a manter a sociedade em geral, devidamente informada sobre temas, ações e debates de interesse para a saúde pública e o exercício profissional.



DEPARTAMENTO RESPONSÁVEL PELO OBJETO DA LICITAÇÃO E BRIEFING, BEM COMO PELA GESTÃO DO CONTRATO: O conteúdo técnico da presente licitação é de responsabilidade do Departamento de Comunicação e Gerência Geral Técnica, representado pela Dra. Reggiani Luzia Schinatto, sendo seus aspectos legais revisados e de responsabilidade do Departamento de Licitações e Contratos e pelo Departamento Jurídico, ficando o primeiro responsável pelo acompanhamento da execução do contrato e dos serviços contratados, bem como a notificar ao Departamento de Licitações e Contratos sobre os eventuais fatos ou vícios dos serviços, para a tomada de providências, sendo o presente documento assinado pelos respectivos representantes de cada departamento.

O CONSELHO REGIONAL DE FARMÁCIA DO ESTADO DE SÃO PAULO

O Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo (CRF-SP) é uma Autarquia Federal com personalidade jurídica de direito público e autonomia administrativa e financeira, que tem como principal função fiscalizar o exercício profissional do farmacêutico. Estão entre suas atribuições (IDENTIDADE CORPORATIVA):

- Zelar pela garantia de que a atividade farmacêutica, no âmbito de sua circunscrição, seja exercida por profissionais legalmente habilitados e conscientes da importância de seu papel social;
- Defender o âmbito profissional e esclarecer dúvidas relativas à competência profissional;
- Habilitar legalmente o farmacêutico para o exercício da profissão por meio de sua inscrição na autarquia;
- Registrar as empresas que contam com a atuação do farmacêutico;
- Manter registro do profissional sobre o local de atuação do farmacêutico;
- Cuidar da observância dos princípios da ética e da disciplina daqueles que exercem atividades profissionais farmacêuticas no Estado de São Paulo.

Em todo o território nacional, são 24 (vinte e quatro) Conselhos Regionais que compartilham as mesmas prerrogativas. Em São Paulo são mais de 57 mil farmacêuticos inscritos. São Paulo é o Estado que concentra o maior número de Farmacêuticos em todo o país.

O CRF-SP foi instituído em 11 de novembro de 1960, por meio da Lei nº 3.820, de 11 de novembro de 1960, e iniciou suas atividades no ano seguinte. Sediado na Rua Capote Valente, 487, em Pinheiros (Capital), o CRF-SP possui 28 Seccionais, que funcionam como representação local nos municípios de Adamantina, Araçatuba, Araraquara, Avaré, Barretos, Bauru, Bragança Paulista, Campinas, Caraguatatuba, Fernandópolis, Franca, Guarulhos, Jundiá, Marília, Mogi das Cruzes, Osasco, Piracicaba, Presidente Prudente, Registro, Ribeirão Preto, Santos, Santo André, São João da Boa Vista, São José dos Campos, São José do Rio Preto, Sorocaba, Zona Leste (capital) e Zona Sul (capital) e três sedes na capital, nas zonas Leste, Norte e centro.

A Diretoria do CRF-SP é composta por farmacêuticos eleitos pela categoria para um mandato de dois anos. As decisões dos diretores são legitimadas em um Plenário, integrado por farmacêuticos também eleitos, os Conselheiros. Em São Paulo, o Conselho possui 28 Diretores regionais, farmacêuticos que representam o CRF-SP nas Seccionais do Estado. Todas essas atividades são exercidas voluntariamente, assim como os mandatos da Diretoria e dos Conselheiros.



MISSÃO

Orientar e Fiscalizar o Profissional para torná-lo consciente da importância da conduta ética da profissão com a saúde pública, proporcionando seu desenvolvimento e ainda a satisfação de integrar uma entidade eficaz e de referência, como usuário/cliente, voluntário e funcionário.

VISÃO

Ser referência na orientação, fiscalização e desenvolvimento para o exercício ético da profissão e garantir atendimento confiável e de qualidade à sociedade.

VALORES

- **COMPROMISSO SOCIAL**
Aplicamos e contribuimos no aperfeiçoamento da legislação pertinente ao âmbito profissional e na disseminação do conhecimento à população, por intermédio de ações educativas.
- **RELACIONAMENTO COM USUÁRIOS**
Prestar atendimento com qualidade, excelência e inovação constante.
- **INOVAÇÃO**
Inovar constantemente os métodos e processos internos, buscando agilidade e qualidade na prestação de serviços e informações aos usuários/clientes.
- **RECONHECIMENTO**
Reconhecer o talento e dedicação dos colaboradores, estimulando o autodesenvolvimento e entusiasmo, motivando o trabalho individual e em equipe.
- **ÉTICA**
Zelosos com a profissão e com a saúde pública agimos indistintamente com respeito e transparência, transmitindo confiança e credibilidade aos usuários/clientes, voluntários e funcionários.

PRAÇA

Estado de São Paulo.

FARMACÊUTICO

A atuação do farmacêutico é ampla, porém ainda desconhecida por grande parte da população. Encontramos profissionais presentes em segmentos importantes como Análises Clínicas e Toxicológicas, Educação Farmacêutica (ensino), Distribuição e Transportes (monitoramento do transporte de insumos farmacêuticos, medicamentos e outros produtos para a saúde), Farmácia Hospitalar, Indústria (farmacêutica, produtos para a saúde, alimentícia, cosméticos), Resíduos e Gestão Ambiental, Saúde Pública, Farmácias e Drogarias, Homeopatia, Fitoterapia, Acupuntura, Pesquisas, Fiscalização e muitas outras áreas.

O CRF-SP defende a saúde pública, por meio da assistência farmacêutica integral, ou seja, no monitoramento da presença do Farmacêutico em todas as farmácias e drogarias do Estado. Um dos grandes orgulhos que prova a importância e a correta atuação do CRF-SP foi o aumento do índice de presença do Profissional nos referidos estabelecimentos nas últimas décadas. O CRF-SP realiza inspeção em todas as áreas de atuação profissional do farmacêutico.

O que antes era preocupação por parte da entidade fez também nascer um trabalho sério e competente de fiscalização em que a organização e a responsabilidade com a profissão são os maiores referenciais para a direção desse importante trabalho. O índice de presença do farmacêutico nos estabelecimentos ultrapassa os 90%.

O CRF-SP também se preocupa com a capacitação e atualização dos farmacêuticos paulistas, por isso organiza e promove uma série de eventos como cursos presenciais e à distância, seminários, fóruns de discussão, mesas



redondas, congresso, além de disponibilizar materiais técnicos aos profissionais de forma gratuita como: fascículos Farmácia Estabelecimento de Saúde, Manuais Técnicos e Cartilhas sobre as diversas áreas de atuação.

PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO QUE A CAMPANHA DEVE RESOLVER:

A valorização do farmacêutico perante a sociedade e a promoção do uso racional de medicamentos. Melhorar o relacionamento do farmacêutico com o CRF-SP e divulgar com eficácia e eficiência as ações realizadas pelo CRF-SP. O CRF-SP tem trabalhado fortemente, nos últimos anos, o conceito de farmácia como estabelecimento de saúde, confirmado pela publicação da Lei Federal nº13.021/14. Dentro dessa visão o farmacêutico também integra o sistema de saúde, uma vez que ele tem responsabilidade em orientar os pacientes sobre todas as questões relacionadas ao uso correto e seguro de medicamentos.

A Anvisa, em 2009, publicou uma resolução (RDC nº44) que permite que as farmácias realizem serviços farmacêuticos como aplicação de injetáveis, verificação de pressão arterial, verificação de glicemia capilar e aferição de temperatura corporal.

Em agosto de 2014 foi aprovada a lei 13.021/14 que vem ao encontro do trabalho realizado pelo CRF-SP e caracteriza definitivamente as farmácias e drogarias como estabelecimentos prestadores de serviços de saúde.

O farmacêutico deve ser visto como um profissional de saúde próximo e acessível à população, que tem por objetivo contribuir para que as pessoas façam uso correto dos medicamentos, que realiza o acompanhamento farmacoterapêutico, presta apoio no acompanhamento de algumas doenças crônicas (ex: hipertensão e diabetes) e que, ao fazer isso, contribui para que a população cuide melhor da saúde.

Logo, o conceito a ser trabalhado é da importância do farmacêutico como profissional de saúde e que está ao lado da população para ajudá-la a cuidar melhor de sua saúde.

IMPORTANTE: o farmacêutico não substitui o médico, não faz diagnóstico clínico. Mas ele pode ajudar o paciente a escolher um medicamento para o tratamento de algum problema de saúde autolimitado (enfermidade aguda de baixa gravidade, de breve período de latência, que desencadeia uma reação orgânica a qual tende a cursar sem dano para o paciente e que pode ser tratada de forma eficaz e segura com medicamentos e outros produtos com finalidade terapêutica, cuja dispensação não exija prescrição médica), com uso de medicamentos isentos de prescrição médica (não tarjados), mas sempre orientando o paciente que se os sintomas persistirem ou se repetirem é fundamental que ele busque orientação médica.

ATUAÇÃO CLÍNICA DO FARMACÊUTICO: a Resolução nº 585 de 29 de agosto de 2013 do Conselho Federal de Farmácia regulamentou as atribuições clínicas do farmacêutico que visam à promoção, proteção e recuperação da saúde, além da prevenção de doenças e de outros problemas de saúde. As atribuições clínicas do farmacêutico visam proporcionar cuidado ao paciente, família e comunidade, de forma a promover o uso racional de medicamentos e otimizar a farmacoterapia, com o propósito de alcançar resultados definidos que melhorem a qualidade de vida do paciente. No âmbito de suas atribuições, o farmacêutico presta cuidados à saúde, em todos os lugares e níveis de atenção, em serviços públicos ou privados.

PRESCRIÇÃO FARMACÊUTICA: a resolução nº 586 de 29 de agosto de 2013 do Conselho Federal de Farmácia regulamentou a prescrição farmacêutica em todo o país. Segundo a resolução, a prescrição é “ato pelo qual o farmacêutico seleciona e documenta terapias farmacológicas e não farmacológicas, e outras intervenções relativas ao cuidado à saúde do paciente, visando à promoção, proteção e recuperação da saúde, e à prevenção de doenças e de



outros problemas de saúde”. Com isso o farmacêutico pode auxiliar pacientes com males menores, podendo avaliá-lo e prescrever terapias ou medicamentos isentos de prescrição médica.

PÚBLICOS-ALVO

- a) Como todas as pessoas são consumidoras de medicamentos, considera-se como público-alvo adultos, acima de 18 anos, de todas as classes sociais;
- b) Farmacêuticos inscritos no CRF-SP.

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

Estão previstas as seguintes ações de comunicação, objetos da Licitação:

- a) Produção de Plano de Comunicação Publicitária que preveja as melhores iniciativas de propaganda mediante as demandas e os públicos-alvo da entidade;
- b) Elaboração de estratégia específica para o Dia Nacional do Farmacêutico (20 de janeiro) e Dia Internacional do Farmacêutico (25 de setembro).
- c) Estratégia de publicidade para o Programa de Assistência ao Farmacêutico (PAF) – Programa que oferece descontos em produtos e serviços aos farmacêuticos (Clube de Benefícios) e vagas de emprego em diversas áreas (Bolsa de Empregos – www.crfsp.org.br/paf).
- d) Estratégia de publicidade para o PAF Empresa - Programa de Assistência ao Farmacêutico Empreendedor ou que deseja empreender;
- e) Estratégia de publicidade para o Congresso Farmacêutico de São Paulo e eventos científicos.
- f) Estratégia de publicidade para o Farmacêutico na Praça (ação realizada diversas vezes ao ano em que farmacêuticos prestam serviços gratuitos para a população como, por exemplo, orientação farmacêutica, aferição de pressão, teste de glicemia capilar, orientação sobre medicamentos em locais de grande circulação).
- g) Estratégia de publicidade para estimular o uso dos aplicativos de celular lançados pelo CRF-SP, tanto voltado ao farmacêutico como o voltado à população.
- h) Estratégia para campanhas eventuais de promoção do uso racional de medicamentos e outras campanhas de educação em saúde realizadas pelo CRF-SP (Ex: dengue, H1N1).
- i) Estratégia de publicidade para os cursos promovidos pelo CRF-SP (presenciais e a distância).
- j) Estratégia para a Semana de Assistência Farmacêutica (SAF), determinada pela lei 10.687/2000, que consiste em uma série de palestras em escolas públicas e particulares do Estado sobre um tema definido anualmente pelo CRF-SP.
- k) Todas as ações envolvem planejamento, aquisição, veiculação e mensuração/avaliação de resultados;



CRF-SP

**Conselho Regional de Farmácia
do Estado de São Paulo**

Rua Capote Valente, 487 – Jardim América - CEP 05409-001 – São Paulo – SP
Fone (0..11) 3067-1450 – Fax (0..11) 3064-8973 – Home Page: <http://www.crfsp.org.br>

Todos objetos da campanha devem respeitar o tema e público definido pelo CRF-SP.

VEDAÇÕES

É expressamente vedada a veiculação em programas de cunho religioso, de qualquer espécie ou crença, em conformidade ao artigo 19, inciso I da Constituição Federal.

VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

Para a criação, produção, veiculação, exposição e ou distribuição da campanha, objeto da contratação, o valor anual estimado da verba é de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões reais).



CRF-SP

**Conselho Regional de Farmácia
do Estado de São Paulo**

Rua Capote Valente, 487 – Jardim América - CEP 05409-001 – São Paulo – SP
Fone (0..11) 3067-1450 – Fax (0..11) 3064-8973 – Home Page: <http://www.crfsp.org.br>

ANEXO VI

DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE PERANTE O MINISTÉRIO DO TRABALHO

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 072/2016
CONCORRÊNCIA Nº 003/2016**

_____, inscrito no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal o (a) Sr (a) _____ portador(a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art 27 da lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ().
(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)

São Paulo, ___ de _____ de 2017.

Assinatura representante Legal da Licitante