



AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO INTERNACIONAL DO TURISMO
SCN Quadra 2 - Bloco G, - Bairro Asa Norte, Brasília/DF, CEP 70712-907
Telefone: 61 2023-8500 - <http://www.embratur.com.br>

EDITAL Nº 01/2020

Processo nº 72100.000145/2020-45

CONCORRÊNCIA Nº 01 / 2020

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

SUMÁRIO

Edital
1. Disposições Iniciais
2. Objeto
3. Valor Contratual e Recursos Orçamentários
4. Condições de Participação
5. Retirada do Edital
6. Esclarecimentos sobre o Edital
7. Impugnação do Edital
8. Credenciamento de Representantes
9. Recebimento das Propostas e dos Documentos de Habilitação
10. Entrega da Proposta Técnica
11. Apresentação da Proposta Técnica
12. Julgamento das Propostas Técnicas
13. Entrega da Proposta de Preços
14. Apresentação da Proposta de Preços
15. Julgamento das Propostas de Preços
16. Julgamento Final das Propostas Técnicas e de Preços
17. Entrega dos Documentos de Habilitação
18. Apresentação dos Documentos de Habilitação
19. Análise dos Documentos de Habilitação
20. Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica
21. Divulgação dos Atos Licitatórios
22. Recursos Administrativos
23. Procedimentos Licitatórios
24. Homologação e Adjudicação
25. Condições Pré-Contratuais
26. Garantia de Execução
27. Obrigações da Contratada e do Contratante
28. Fiscalização
29. Remuneração e Pagamento

30. Sanções Administrativas
31. Disposições Finais
Anexos
Anexo I - <i>Briefing</i>
Anexo II - Modelo de Procuração
Anexo III - Modelo de Proposta de Preços
Anexo IV - Minuta de Contrato

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 01/ 2020 – DO TIPO MELHOR TÉCNICA

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 A Embratur - Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo, Associação Civil constituída na forma de pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos, de interesse coletivo e de utilidade pública, registrada no CNPJ 35.842.428/0001-66, torna público, por meio da Comissão Especial de Licitações (CEL), designada na portaria nº 43/2020, de 08 de Maio de 2020, que realizará, em sua sede, situada no SCN, Qd. 02, bloco "G" Ed. Embratur, CEP: 70.712-907 – Brasília – Distrito Federal, a Concorrência nº 001/2020.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide do Decreto nº 57.690/1966, do Decreto nº 4.563/2002, do Manual de Licitações e de Contratos da Embratur, da Lei nº 12.232/10 e das disposições deste Edital e seus anexos.

2. OBJETO

2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1 A contratação dos serviços elencados no subitem 2.1 tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, promover a comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional e, também, no mercado nacional, desde que voltados a atingir o público estratégico da Embratur. Durante o período constante no § 3º, do art. 34 da Lei 14.002/2020, os serviços serão prestados exclusivamente para a promoção do turismo doméstico, considerando que o citado artigo dispõe que os recursos da Embratur para a promoção do turismo serão direcionados exclusivamente para o turismo doméstico, desde a decretação do estado de emergência até 6 (seis) meses após a superação das circunstâncias que o originaram.

2.1.1.2 O planejamento previsto no subitem 2.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias nos meios e veículos de divulgação, para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade; e
- d) Permitir o acompanhamento não só de "cliques", mas também de conversão (análise pós-clique).

2.1.2 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, live marketing, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação. Tais projetos, sim, são abrangidos pelos serviços previstos no subitem 2.1.1.

2.2 Para a prestação dos serviços serão contratadas **02 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas AGÊNCIA, LICITANTE ou CONTRATADA.**

2.2.1 Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, aplicando-se, no que couber, a Lei nº 12.232/2010. Também serão observados os seguintes dispositivos: Lei nº 14.002/2020, os artigos 28 a 84, da Lei nº 13.303/2016, o Manual de Licitações e Contratos da Embratur (aprovado pela Resolução CDE nº 3/2020), e, subsidiariamente, a Lei nº 8.666/1993.

2.2.2 As agências atuarão por ordem e conta da Embratur, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3 As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

2.2.4 As agências atuarão de acordo com solicitação da Embratur, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.

2.2.5 Para a execução dos serviços, a Embratur instituirá procedimentos próprios de seleção interna entre as CONTRATADAS, que estarão descritos no Manual de Orientação às Agências de Publicidade, disponível no site: www.embratur.com.br.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ R\$ 54.000.000,00 (cinquenta e quatro milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2 A previsão orçamentária para fazer face às despesas da presente contratação correrão por conta do orçamento da Embratur previsto para o ano de 2020, conforme discriminado:

Órgão: 54000 – Ministério do Turismo - MTUR

Gestão/Unidade: Embratur – Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo

Função: 23 – Comércio e Serviços

Subfunção: 695 – Turismo

Programa: Desenvolvimento e Promoção do Turismo

3.3 À Embratur reserva-se o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4 No interesse da Embratur, a CONTRATADA ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

3.5 Se a Embratur optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, serão consignadas, nos próximos exercícios, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.5.1 A Embratur poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1 Poderão participar desta concorrência as agências de propaganda que atenderem às condições deste Edital e apresentarem os documentos nele exigidos.

4.2 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Embratur;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

c) que tenha sido considerada inidônea, conforme prescrito no item 4.2.2;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Embratur;

f) que estejam reunidas em consórcio;

g) que atuem sem fins lucrativos.

4.2.1 Entende-se por empresa estrangeira que funcione no país, aquela que possui Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ).

4.2.2 Para a análise das condições de participação das LICITANTES, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União (CGU); Certidão Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), e Certidão Negativa do Tribunal de Contas da União (TCU).

4.3 Nenhuma LICITANTE poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

4.4 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a LICITANTE: a confirmação de que recebeu da **Coordenação de Contratos, Convênios e Prestação de Contas (CCCPC)** o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1, deste edital, e as informações necessárias à participação nesta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; 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.

4.5 A LICITANTE assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços, bem como dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo a Embratur, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1 Este Edital será fornecido pela Embratur, por meio do sítio eletrônico www.embratur.com.br, ou por solicitação formalizada por representante legal da empresa.

5.2 Os invólucros citados no item 4.4 serão fornecidos mediante recibo e identificação (nome, CNPJ e e-mail) da empresa LICITANTE na **Coordenação de Contratos, Convênios e Prestação de Contas (CCCPC)** da Embratur, de segunda a sexta-feira, das 09h00min às 11h30min e das 14h00min às 17h30min.

5.3 O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar, no Diário Oficial da União e no endereço eletrônico citado no subitem 5.1, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, ouvindo a área técnica, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação dos invólucros, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- por carta ou ofício: endereçado à Comissão Especial de Licitação da Embratur, situado no Setor Comercial Norte (SCN), BLOCO "G", Edifício Embratur, CEP 70.712-907, em Brasília/DF, de segunda a sexta-feira, das 09h00min às 11h30min e das 14h00min às 17h30min;
- pelo e-mail: cel@embratur.com.br.

6.1.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível, pelas mesmas vias.

6.1.2. A Comissão Especial de Licitação dará conhecimento das perguntas e das respostas de que trata o item 6.1.1 às demais LICITANTES que retiraram este Edital, pelo e-mail informado no Termo de Recebimento dos invólucros, bem como por meio do sítio eletrônico www.embratur.com.br.

6.1.3. Às LICITANTES interessadas cabe acessar o sítio eletrônico da Embratur para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser encaminhado por ofício ou e-mail (cel@embratur.com.br) à Comissão Especial de Licitação e protocolizado até 3 (três) dias úteis antes da data do recebimento dos invólucros, de segunda a sexta-feira, das 09h00min às 11h30min e das 14h00min às 17h30min.

7.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a LICITANTE que não o fizer conforme o prescrito no item 7.1.

7.3 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida pela Comissão Especial de Licitações como mera informação.

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

7.5 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 2 (dois) dias úteis.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da LICITANTE apresentará à Comissão Especial de Licitação documento que o credencie, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1 Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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

8.1.3 Caso o preposto da LICITANTE não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo II** deste edital. Nesse caso, o preposto também entregará, à Comissão Especial de Licitação, cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dos dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

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

8.4 Caso a LICITANTE não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2 deste edital.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1 As Propostas Técnicas e de Preços, assim como os Documentos de Habilitação das LICITANTES, deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

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

- dia: **21/01/2021**

- hora: às **10:00 h**

- Responsável: Comissão Especial de Licitação

- Local: Auditório da Embratur

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

9.3 Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

9.4 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

9.5 O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e no Manual de Licitações e de Contratos da Embratur.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Invólucro nº 1

10.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser **retirado na Gerência de Contratos, Convênios e Administração (GCCA)**, de segunda a sexta-feira, de 09h00min às 11h30min e das 14h00min às 17h30min.

10.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 **não** poderá:

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

Invólucro nº 2

10.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

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

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da LICITANTE

Concorrência nº 01/ 2020 – Embratur

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

Invólucro nº 3

10.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

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

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da LICITANTE

Concorrência nº 01 / 2020 – Embratur

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

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

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 A LICITANTE deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	1. Raciocínio Básico
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	3. Ideia Criativa
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

11.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a LICITANTE deverá levar em conta as seguintes orientações:

1. em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
2. capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;
3. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste Edital;
4. espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
5. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
6. espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
7. alinhamento justificado do texto;
8. texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;
9. numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos; e
10. sem identificação da LICITANTE.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.6 deste Edital.

11.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

11.2.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I - ser editados em cores;

II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem; e

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à LICITANTE atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

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

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às LICITANTES atentar especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3 A LICITANTE deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no *Briefing (Anexo I)*, observadas as seguintes orientações:

11.3.1 Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a LICITANTE descreverá:

1. análise das características e especificidades da Embratur e do seu papel no contexto no qual se insere;
2. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas; e
3. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

11.3.2 Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela LICITANTE para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no *Briefing*, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária; e
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3 Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a LICITANTE julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com a descrição de cada uma; e
- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a LICITANTE julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela LICITANTE previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet; ou
- d) 'boneca' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passer-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2 Na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3 Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4 O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da LICITANTE, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela LICITANTE para a apresentação.

11.3.3.3.6 Para facilitar o cotejo pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

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

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

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'd' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia (analógica e digital) e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da Embratur a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas constando uma abordagem da comunicação voltada aos países que estão isentos de visto, destacando dados de conhecimento das preferências de consumo;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II.a. No tocante à estratégia de mídia online, fundamentar as estratégias programática e a mídia de performance;

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a LICITANTE considerar relevantes;

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas; e

V. explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Publicitária.

11.3.4.1 Todas as peças publicitárias que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia; e
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

11.3.4.3 Na simulação de plano de mídia que trata o item anterior:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação, sejam veículos nacionais ou estrangeiros;
- b) Para precificação de veiculação de mídia cujos valores não estejam previstos em tabelas de preços dos veículos, ou que funcionem por meio de leilão, a exemplo de divulgação on-line, Google, Facebook e mecanismos de busca na Internet, deverão ser considerados os preços cheios praticados por esses veículos/mídias no dia da publicação do edital, sejam veículos nacionais ou estrangeiros;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e
- d) deverão ser desconsiderados os honorários e os custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.4.3.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da LICITANTE;

II - ser datado; e

III - 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.

11.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a LICITANTE deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a LICITANTE deverá apresentar:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) infraestrutura e instalações da LICITANTE que estarão à disposição da Embratur para a execução do contrato;
- d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
- e) relatório técnico, que comprove a prática de mídia de performance de campanhas que compõem o repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, ou senão, de outras campanhas da LICITANTE, a partir de 2018;
- f) a relação das informações de marketing e comunicação, pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Embratur, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7 **Quesito 3 - Repertório:** a LICITANTE deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela LICITANTE.

11.8.1 A LICITANTE deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 2016.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

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

11.8.2.1 Das 10 (dez) peças a serem apresentadas, 01 (uma) deve comprovar a utilização de estratégias de mídia programática e 01 (uma) de mídia de performance.

11.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela Embratur, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

11.9 **Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** a LICITANTE deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A LICITANTE deverá apresentar 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 10 (dez) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela LICITANTE e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela LICITANTE, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da LICITANTE responsável por sua elaboração;

III – não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela Embratur, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura. O relato em si, também deverá ter a assinatura em todas as suas páginas, em sua margem inferior, do signatário do ateste.

11.10.2 Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 2016.

11.10.3 É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais; e

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das LICITANTES quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital, e que por ato interno da subcomissão será elaborado relatório circunstanciado contendo as pontuações e os fundamentos das pontuações obtidas pelas LICITANTES, atribuindo números às propostas técnicas apócrifas a fim de posteriormente identificá-las em correspondência com suas propostas identificadas.

12.2 Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a proposta publicitária desenvolvida e os documentos da LICITANTE, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos quesitos, sendo levados em conta, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

12.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária (Máximo de 77,5 pontos)

12.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico (Máximo: 15 pontos)

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da Embratur e do contexto de sua atuação; (máximo: 5 pontos)

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; (máximo: 5 pontos)

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela Embratur e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*. (máximo: 5 pontos)

12.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo: 25 pontos)

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da Embratur, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação publicitária; (máximo: 4 pontos)

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito; (máximo: 3,5 pontos)

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da Embratur com seus públicos; (máximo: 3,5 pontos)

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, considerando as propostas, no âmbito da comunicação digital, que considerem boas práticas de mídia de performance; (máximo: 4 pontos)

e) a capacidade da LICITANTE para articular os conhecimentos sobre a Embratur, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*; (máximo: 3,5 pontos)

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial e a metodologia de atribuição de mídia entre os meios; (máximo: 3,5 pontos)

g) a apresentação de, ao menos, 2 (dois) Indicadores-Chave de Desempenho (Key Performance Indicator-KPI). (máximo: 3 pontos).

12.2.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa (máximo: 20 pontos)

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária e com as possibilidades de integração com outras áreas de comunicação; (máximo: 3,5 pontos)

b) a pertinência da solução criativa com a natureza da Embratur, com os desafios e com os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*; (máximo: 2,5 pontos)

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo; (máximo: de 3 pontos)

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam; (máximo: 2,5 pontos)

e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade das soluções propostas, bem como a prova do uso de novas tecnologias e do esforço proativo de integração de todas as ações que a Embratur possui, como assessoria de comunicação e contrato de montagem de estandes em congressos; (máximo: 3,5 pontos)

f) a clareza e a precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo; (máximo: 3 pontos)

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento. (máximo: 2 pontos)

12.2.1.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo: 17,5 pontos).

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*; (máximo 4,5 pontos)
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e na defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia, tendo com o base as boas práticas adotadas para mídia de performance e mídia programática, no que tange a comunicação digital; (máximo 4,5 pontos)
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária; (máximo 3,5 pontos)
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da Embratur e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia; (máximo 2,5 pontos)
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência. (máximo: 2,5 pontos)

12.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento (máximo 12,5 pontos)

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; (máximo 2 pontos)
- b) a experiência dos profissionais da LICITANTE em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Embratur; (máximo: 3,5 pontos)
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Embratur na execução do contrato; (máximo 2 pontos)
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre a Embratur e a LICITANTE; (máximo: 2 pontos);
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a LICITANTE colocará regularmente à disposição da Embratur. (máximo: 3 pontos)

12.2.3 Quesito 3 – Repertório (máximo: 5 pontos)

- a) a originalidade da solução estratégica e criativa e sua adequação à natureza do cliente em questão, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; (máximo: 2 pontos)
- b) a clareza e a precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; (máximo: 2 pontos)
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. (máximo: 1 ponto)

12.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo: 5 pontos)

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da LICITANTE na proposição da solução publicitária; (máximo: 2 pontos)
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; (máximo: 1 ponto)
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; (máximo: 1 ponto)
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela LICITANTE. (máximo: 1 ponto)

12.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir:

12.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesto, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas LICITANTES e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada propostas aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

12.3.2 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir:

QUESITOS			PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária			77,5
SUBQUESITOS	1. Raciocínio Básico	15	
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
	3. Ideia Criativa	20	
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	17,5	
2. Capacidade de Atendimento			12,5
3. Repertório			5
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação			5
PONTUAÇÃO TOTAL			100

12.3.2.1 Se a LICITANTE não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 02 (duas) casas decimais.

12.3.4 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3.4.1 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.

12.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos; e

c) obtiver pontuação 0 (zero) em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.4.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.5 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 02 (duas) LICITANTES mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as LICITANTES que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.6 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 e para o qual serão convidadas todas as LICITANTES.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

13.1 No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionada a Proposta de Preços das LICITANTES.

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

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da LICITANTE

Concorrência nº 01 / 2020 – Embratur

13.1.2 O Invólucro nº 4 deverá ser **providenciado pela LICITANTE** e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1 A Proposta de Preços da LICITANTE deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o **Anexo III** e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2 Os quesitos a serem valorados pelas LICITANTES são os constantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o **Anexo III**, ressalvado que, não serão aceitos:

a) ressarcimentos dos custos internos dos serviços a serem executados;

b) percentual de honorários **superior a 4% (quatro por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da LICITANTE, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários **superior a 3% (três por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da LICITANTE, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários **superior a 1,5% (um e meio por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da LICITANTE, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.3 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.

14.3.1 Caso a LICITANTE fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência a fim de questioná-la quanto a possibilidade de revalidar a proposta apresentada.

14.3.1.1 A LICITANTE que não aceitar prorrogar o prazo de validade na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame, será desclassificada.

15. DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1 As Propostas de Preços das LICITANTES classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

15.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

15.3 Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd', todas do subitem 14.2 deste Edital.

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

1. o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 14.2;
2. o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem 14.2;
3. o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'c' do subitem 14.2.

15.5 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

16.1 O julgamento final das Propostas será feito de acordo com a identificação da Melhor Técnica, conforme segue:

a) serão abertos os envelopes contendo as propostas técnicas exclusivamente dos LICITANTES previamente qualificados e feita, então, a avaliação e a classificação destas propostas, de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado, definidos com clareza e objetividade neste Edital;

b) uma vez classificadas as propostas técnicas, proceder-se-á a abertura das propostas de preço dos LICITANTES que tenham atingido a valorização mínima estabelecida neste Edital (80 pontos) e a negociação das condições propostas, com as proponentes melhores classificadas, com base nos descontos e nos honorários apresentados e tendo como referência o limite representado pela proposta de menor preço entre os LICITANTES que obtiveram a valorização mínima;

c) no caso de impasse na negociação anterior, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação; e

d) as propostas de preços serão devolvidas intactas aos LICITANTES que não obtiverem a valorização mínima estabelecida para a proposta técnica ou não forem habilitados.

16.2 A LICITANTE que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

17.1.1 A LICITANTE classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.2 deste Edital.

Invólucro nº 5

17.1.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da LICITANTE

Concorrência nº 01 / 2020 – Embratur

17.1.3 O Invólucro nº 5 deverá ser **providenciado pela LICITANTE** e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1 Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da LICITANTE e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

18.1.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

18.2 Para se habilitar, a LICITANTE deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

18.2.1 Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir; e

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

18.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;

c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da LICITANTE;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da LICITANTE;

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

f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

18.2.2.1 Será considerada em situação regular a LICITANTE cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

18.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.2.2.3 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

18.2.3 Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a LICITANTE prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

a1) Os atestados deverão comprovar experiência com domínio de metodologia de atribuição de mídia entre os meios.

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

18.2.4 Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da LICITANTE, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da LICITANTE, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da LICITANTE e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da LICITANTE e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da LICITANTE e ser apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da LICITANTE, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da LICITANTE e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da LICITANTE;

III. sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da LICITANTE;

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital; e

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

18.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da LICITANTE:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação; e

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

18.2.4.2 A comprovação da boa situação financeira da LICITANTE será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 18.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que 01 (um):

LG =	Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

SG =	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

b) do balanço referido no subitem 18.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 01):

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível Total

18.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.4.2 serão calculados pela LICITANTE e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

18.2.4.4 A LICITANTE que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 18.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 10% (dez por cento) do valor do contrato.

18.2.5 Declarações:

1. declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº 01 / 2020

<nome da LICITANTE>, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____/_____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no Regulamento de Licitações da Embratur, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>

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

<local e data>

<representante legal da LICITANTE>

b) declaração de Elaboração Independente de Proposta:

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº 01 / 2020

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da LICITANTE>, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 18.2.5 do Edital XX/2020-Embratur, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da LICITANTE>, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar desta Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, desta Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar desta Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato, desta Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar desta Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Embratur, antes da abertura oficial das propostas; e
- f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

<representante legal da LICITANTE>

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

18.4 O Certificado de Registro Cadastral expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 18.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.2. Nesse caso, a LICITANTE se obriga a declarar à Embratur a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das LICITANTES classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

19.1.2 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

20. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2 A composição e a constituição da subcomissão técnica obedecerão aos seguintes critérios e procedimentos:

I - a subcomissão será composta por pelo menos 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo verificada pela Comissão Especial de Licitação a comprovação desses requisitos de qualificação, antes do procedimento previsto no inciso III;

II - pelo menos 1/3 (um terço) dos membros da subcomissão não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Embratur;

III - a escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de membros que integrarão a subcomissão, previamente cadastrados pelo anunciante responsável pela licitação;

IV - os nomes remanescentes da relação após sorteio dos membros da subcomissão técnica poderão ser todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares;

V - a relação dos nomes indicados para o sorteio da subcomissão técnica deverá ser publicada no sítio eletrônico www.embratur.com.br e/ou na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio; e

VI - o sorteio deverá ser processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o anunciante responsável pela licitação, nos termos do inciso II deste item.

20.2.1 Os nomes dos potenciais membros da subcomissão técnica integrarão a relação prevista no inciso III deste item, que deverá conter, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o anunciante responsável pela licitação.

20.2.2 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado na licitação poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere no item 20.2.1, mediante a apresentação de justificativa para a exclusão, devendo ser encaminhado por ofício ou e-mail (cel@embratur.com.br) à Comissão Especial de Licitação.

20.2.3 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.

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

20.2.5 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no inciso III deste item.

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

20.2.7 A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no inciso V deste item e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.2.8 Nas contratações de valor estimado em até 10(dez) vezes o limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 1993, a relação prevista no item 20.2.1 deverá prever, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

20.2.9 Os membros da subcomissão técnica guardarão sigilo sobre as informações relativas ao processo licitatório, até sua divulgação ao público, e não se utilizarão de informações às quais tenham acesso em razão do exercício de suas atividades, de modo a obter, para si ou para outrem, vantagem de qualquer natureza.

20.2.10 Os membros da subcomissão técnica deverão assinar termo de responsabilidade, que ficará nos autos do processo licitatório.

20.2.11 Os membros da subcomissão técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 8.666, de 1993, no que couber.

20.3 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das LICITANTES, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do Regulamento de Licitações da Embratur.

20.3.1 Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão Especial de Licitação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº 001/2020 - realizado pela Embratur, para a contratação de agência(s) de propaganda, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das LICITANTES, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial de Licitação;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial de Licitação que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possam ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial de Licitação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial de Licitação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: ____ de ____ de ____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA**ORIENTAÇÕES GERAIS**

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das LICITANTES.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência da Embratur, nem da Comissão Especial de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, _____, Matrícula nº _____, vinculada ao _____, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência nº 001/2020, realizado pelo Embratur, para a contratação de agência(s) de propaganda, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas LICITANTES participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possam ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

Data: ____ de _____ de _____.

Assinatura

20.3.1.1 Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do Manual de Licitações e Contratos da Embratur.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1 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 recebimento e abertura de invólucros; e

b) Pelo site da Embratur: www.embratur.com.br.

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da publicação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Especial de Licitação, de segunda a sexta-feira, de 09h00min às 11h30min e das 14h00min às 17h30min.

22.2 Interposto o recurso, as informações sobre ele serão disponibilizadas às demais LICITANTES, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis.

22.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao **Diretor de Gestão Corporativa**, que decidirá em 05 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4 Não será reconhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou aquele que for subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da LICITANTE.

22.5 Serão franqueadas aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vistas ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Especial de Licitação.

22.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de LICITANTE e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão **efeito suspensivo**, podendo a Comissão Especial de Licitação, motivadamente e se houver interesse para a Embratur, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1 Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das LICITANTES presentes.

23.1.1 A participação de representante de qualquer LICITANTE dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

23.1.2 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.3 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das LICITANTES classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

23.1.4 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Especial de Licitação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1.

23.1.5 Qualquer tentativa de LICITANTE no sentido influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

23.1.6 Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das LICITANTES não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

23.1.7 A Comissão Especial de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

23.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das LICITANTES, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das LICITANTES em condições de participação; e
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

23.2.1 O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se:

- a) não estiver identificado (invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação);
- b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da LICITANTE, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da LICITANTE, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 23.2.1, a Comissão Especial de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma LICITANTE.

23.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) Colocar à disposição dos representantes das LICITANTES, para exame e rubrica, os documentos constantes dos invólucros Nº 1 e 3; e

e) informar que as LICITANTES serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

23.2.2.1 A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das LICITANTES possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.2.2.1.1 Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, **devem ser misturados**, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Licitação.

23.2.2.2 Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Licitação ou os representantes das LICITANTES constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão Especial de Licitação desclassificará a LICITANTE e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.3 A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das LICITANTES, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 23.2.2 acima.

23.2.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as LICITANTES não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Licitação.

23.2.5 Se as LICITANTES estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.6 e seguintes. Caso contrário, a comissão divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

23.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer LICITANTE de recorrer das decisões da Comissão Especial de Licitação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação, à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das LICITANTES relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das LICITANTES, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das LICITANTES;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das LICITANTES, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.4, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.6.2 O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 12.4, em que o descumprimento das regras definidas para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada resulte na identificação da LICITANTE, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.7 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada LICITANTE.

Segunda Sessão

23.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as LICITANTES, na forma do item 21, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das LICITANTES, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.6, se for o caso; e
- g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação das LICITANTES classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.3.1 Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de LICITANTES, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão Especial de Licitação.

Terceira Sessão

23.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as LICITANTES classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das LICITANTES presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das LICITANTES, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- 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, no termos do item 15 e dar conhecimento do resultado aos representantes das LICITANTES presentes;
- f) verificar se alguma das 02 (duas) LICITANTES mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e efetuar, com as que não tenham apresentado, a negociação prevista no item 16.1, nos termos da Proposta de menor preço;
- g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais LICITANTES classificadas pela subcomissão técnica, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;
- h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos subitens 12.3 e 12.4, as 02 (duas) LICITANTES que:
- h1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica (mais de 80 pontos); e
- h2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no item 16 deste edital;

i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

Quarta Sessão

23.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as LICITANTES classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas LICITANTES, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das LICITANTES em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial ou Permanente de Licitação e pelos representantes das LICITANTES presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das LICITANTES, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21, com a indicação das LICITANTES habilitadas e das inabilitadas, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso; e
- g) informar que serão publicados, na forma do item 21, os nomes das **2 (duas) LICITANTES** vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às 2 (duas) LICITANTES vencedoras, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1 A LICITANTE vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o **Anexo IV**.

25.1.1 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo da Embratur, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas por alguma das 02 (duas) LICITANTES vencedoras.

25.1.1.1 Se as LICITANTES vencedoras não comparecerem nos prazos estipulados para assinar o contrato, a Embratur poderá convocar as LICITANTES remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a LICITANTE que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência.

25.2 Antes da celebração do contrato, a Embratur efetuará nova consulta, nos moldes do prescrito no item 4.2.2, deste Edital.

25.3 O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (**Anexo IV**) e do Manual de Licitações e de Contratos da Embratur.

25.4 A Embratur poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interposição judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato (**Anexo IV**).

25.5 As CONTRATADAS se obrigam a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e de habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento.

25.6 A CONTRATADA deverá centralizar o comando da publicidade da Embratur em Brasília-DF, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato (**Anexo IV**).

25.7 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pelas 2 (duas) LICITANTES vencedoras que tenha servido de base para o julgamento desta concorrência e as Propostas de menor preço.

26. GARANTIA DE EXECUÇÃO

26.1 As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da Minuta de Contrato (**Anexo IV**).

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

27.1 As obrigações das 2 (duas) CONTRATADAS e do CONTRATANTE, vinculadas à execução dos contratos a serem firmados em decorrência do presente certame, estão estabelecidas nas Cláusulas Quinta e Sexta da Minuta de Contrato (**Anexo IV**) deste Edital.

28. FISCALIZAÇÃO

28.1 A Embratur nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos 02 (dois) contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as CONTRATADAS, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (**Anexo IV**).

29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1 A remuneração à CONTRATADA, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da Minuta de Contrato (**Anexo IV**), consoante os preços estabelecidos nas Propostas de menor preço, observado o item 15 deste Edital.

29.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (**Anexo IV**).

30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

30.1 Quem, convocado dentro do prazo de validade da sua proposta ou durante os procedimentos da licitação, não celebrar o contrato, deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame, ensejar o retardamento para a execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, ficará sujeito às seguintes sanções:

I - advertência;

II - multa de até 0,1% calculada sobre o valor estimado da contratação, previsto no subitem 3.1;

III - suspensão de licitar com a Embratur por até 2 (dois) anos.

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

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

31.2 A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição da Embratur para a execução do contrato.

31.3 A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 31.1 e 31.2 deste Edital.

31.4 Até a assinatura do contrato, as 2 (duas) LICITANTES vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se a Embratur tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

31.4.1 Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de alguma das 2 (duas) LICITANTES vencedoras, por fatos referidos no subitem precedente, a Embratur poderá convocar as LICITANTES remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

31.5 Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a Embratur poderá convocar as LICITANTES remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato não prorrogado.

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

31.7 Se houver indícios de conluio entre as LICITANTES ou de qualquer outro ato de má-fé, a Embratur comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

31.8 É proibido a qualquer LICITANTE tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe no Manual de Licitações e de Contratos da Embratur.

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

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

31.10.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos.

31.10.2 A Embratur poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à qualquer uma das CONTRATADAS, ou a ambas, o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

31.11 Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

31.12 Correrão por conta da Embratur as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada, em extrato, no Diário Oficial da União.

31.13 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária de Brasília-DF.

31.14 Todas as peças publicitárias a serem produzidas para a Embratur, na vigência do contrato, pelas 2 (duas) LICITANTES vencedoras que envolvam direitos autorais, de imagem e seus conexos, patrimoniais, cessão de uso de obras consagradas, devem ter preferencialmente, prazo de validade de 24 (vinte e quatro) meses para uso promocional, com possibilidade de renovação até 60 (sessenta) meses a partir da data de produção das peças.

31.15 Integram este Edital os seguintes Anexos:

1. Anexo I: *Briefing*;
2. Anexo II: Modelo de Procuração;
3. Anexo III: Modelo de Proposta de Preços; e
4. Anexo IV: Minuta de Contrato.

Diretor-Presidente da Embratur

ANEXO I

BRIEFING

1. SITUAÇÃO GERAL

A Embratur era uma autarquia especial, criada em 1966, vinculada ao Ministério do Turismo com a missão institucional de promover internacionalmente a imagem do Brasil para incrementar a entrada de visitantes internacionais, contribuindo para potencializar o ingresso de divisas e aumentar a relevância do turismo internacional na geração de empregos e renda.

A Embratur já foi a única responsável pela promoção turística no Brasil (doméstica e internacional), entretanto, a partir da criação do Ministério do Turismo em 2003 as atribuições da Embratur foram direcionadas exclusivamente para a promoção internacional, ficando a promoção doméstica a cargo do próprio Ministério.

Em 2019, a Medida Provisória nº 907/2019, autorizou o Poder Executivo federal a instituir a Embratur - Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo e extinguiu a Embratur - Instituto Brasileiro de Turismo, ficando estabelecido o compromisso de dobrar a quantidade de turistas no Brasil até 2023, uma meta audaciosa que trará o protagonismo e o reconhecimento da importância da Embratur no alcance de resultados positivos para o país, por meio do incentivo do consumo de serviços e produtos turísticos do Brasil, em todo o mundo.

A oferta de destinos turísticos é um importante diferencial do Brasil em relação a outros países, dadas a diversificação e a multiplicidade de opções disponíveis em suas regiões geográficas, com características singulares e identidade única, capaz de atrair o turista internacional frente a países concorrentes do Brasil, como os mercados do México, do Peru, do Caribe, da Colômbia, etc.

A partir de uma atuação focada na priorização de mercados, no relacionamento com atores estratégicos, na aplicação de tendências mundiais de promoção turística e na valorização da nova marca Brasil, a autarquia vislumbra uma fase de significativas mudanças para o turismo brasileiro no exterior, conquistando um incremento no número de turistas estrangeiros que chegam ao Brasil e também um aumento da permanência dos turistas no País e seu ticket médio gasto (média de gasto diário do turista durante o período de viagem), além de uma repercussão de imagem positiva na mídia internacional.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

A América Latina é o principal mercado emissor de turistas para o Brasil, sendo os argentinos os turistas que compõem a maior parcela de visitantes ao país. No último ano, após o crescimento do número de chegadas em relação ao período anterior, houve um decréscimo do total de latino americanos (incluindo argentinos) que ingressaram no Brasil. Apesar de existirem fatores externos que influenciem neste decréscimo, tais como desvalorização de sua moeda frente ao real, tornando o Brasil um destino mais caro, e outros aspectos negativos da crise econômica que ainda persiste naquele país, é preciso explorar a potencialidade turística e proximidade física desse país e, conseqüentemente, atrair maior entrada de divisas e número de visitantes argentinos. Diante disso, identificam-se os seguintes desafios:

- Dificuldade na promoção diversificada e transversal de outros segmentos/nichos turísticos e destinos/roteiros ao público-alvo estrangeiro, além dos atrativos do segmento “sol e praia”;
- Estagnação do afluxo de turistas argentinos ao Brasil nos últimos anos;
- Necessidade de acréscimo do período de permanência e no ticket médio (média de gasto diário do turista durante o período de viagem) gasto pelo turista argentino no Brasil (crise econômica/social no mercado-alvo);
- Percepção negativa vinculada ao turismo brasileiro (violência, infraestrutura, distâncias, altos custos, etc);
- Mercados concorrentes que apresentam produtos/posicionamento similar ao Brasil (México, Colômbia, Peru, Caribe, etc);
- Desconhecimento do público-alvo quanto aos outros atrativos turísticos ofertados no país, necessidade de fomento ao Ecoturismo brasileiro.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO – GERAL E ESPECÍFICOS

GERAL:

Estimular o consumo do segmento de ecoturismo brasileiro pelo turista argentino (conseqüente aumento do número de turistas, tempo de visita e aumento do ticket médio).

ESPECÍFICOS:

- Incentivar a vinda de turistas argentinos ao Brasil
- Estimular o aumento do tempo de permanência no Brasil pelo turista argentino bem como o aumento do ticket médio gasto;
- Ressaltar os atrativos dos pontos turísticos brasileiros, fora do segmento “Sol e Praia” ao público-alvo;
- Divulgar os atrativos dos Parques Nacionais, do Turismo de Aventura, das atividades de observação de fauna e flora, de aventura, de mergulho, da pesca esportiva, etc);
- Destacar os diferenciais oferecidos pelos pontos turísticos brasileiros, tais como: cultura, gastronomia, arte, música, festejos juninos, luxo, religioso, estudo, tecnologia, intercâmbio, etc;
- Divulgar que os pontos turísticos que fazem parte do patrimônio da UNESCO;
- Destacar a oferta diversificada dos segmentos e nichos turísticos e os destinos e roteiros menos explorados.

4. PÚBLICOS-ALVO

- Público-Alvo prioritário: consumidor-final argentino (turista atual e potencial), ambos os sexos, classe ABC+, de 24 a 40 anos (Perfil da geração denominada Millennials: Old e Young Millennials), público que navega e compra em canais digitais, tem interesse em turismo, cultura, natureza;

- Público-Alvo secundário: consumidor-final argentino (turista atual e potencial), ambos os sexos, classe ABC+, 3ª idade de 60+ anos, potencialmente aposentado, tem interesse em turismo, cultura, natureza.

5. PRAÇA

País Prioritário: Argentina, com foco em cidades de maior potencial de turistas e nos maiores HUBS aéreos (aeroportos com grande concentração de partidas e chegadas, de preferência com voos diretos ao Brasil): Buenos Aires, Córdoba, Rosário e Mendoza.

6. PERÍODO

A sazonalidade a ser promovida na presente ação de comunicação é a do período de férias, notadamente os meses de verão no Brasil (dezembro, janeiro e fevereiro), cabendo às licitantes indicarem o período de sua campanha publicitária, de acordo com as respectivas estratégias de comunicação.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

As licitantes deverão considerar o investimento de R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais) no cálculo de alocação dos valores a serem aplicados na presente campanha, para produção, distribuição, exposição e veiculação das peças publicitárias.

8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

- Site institucional da Embratur: <http://embratur.com.br/>
- Site de informações estatísticas e indicadores do turismo brasileiro: www.dadosefatos.turismo.gov.br
- Disponibilização de marcas e respectivos manuais de uso: <http://embratur.com.br/wp-content/uploads/2020/02/manual-EMBRATUR-Fev2020.pdf>.

Informações de referência sobre os principais segmentos turísticos:

SEGMENTO SOL E PRAIA

- Motivação de Viagem: 68,8% (Perfil da Demanda Turística Internacional 2016 - MTur/FIPE);
- Oportunidade de diversificação de destinos e produtos turísticos nos mercados da América do Sul, América do Norte e Europa;
- 7.367 km de litoral;
- Certificação Bandeira Azul 2017/2018: 5 praias, 4 marinas e 1 embarcação de turismo sustentável;
- Baía do Sancho (Fernando de Noronha) foi considerada a baía mais bela do mundo no ano passado (Trip Advisor);
- Baía dos Porcos (Fernando de Noronha): 6ª melhor praia do mundo (lista divulgada pelo site FlightNetwork)
- Jericoacoara/CE indicado como um dos 15 melhores destinos para se visitar em 2018 (Revista Forbes)
- Faixas largas de areia na praia (ponto valorizado pelo público europeu);
- Recifes de coral em aproximadamente 3 mil km de costa, do Maranhão ao Sul da Bahia, representando as únicas formações recifais do Atlântico Sul;
- Um dos maiores percentuais de dias de sol do planeta. (Ex.: RJ = 212 dias - 58% do ano - e Fortaleza = 239 dias - 65% do ano. Fonte: Folha de SP, dados de 2013).

SEGMENTO DE NEGÓCIOS, EVENTOS E INCENTIVO (MICE)

- Motivação de viagem ao Brasil: 18,7% (Perfil da Demanda Turística Internacional 2016 - MTur/FIPE);
- Diferencial do turista de Negócios e Eventos: gasto médio/dia alto se comparado ao turista de lazer (US\$ 329,39);
- Permanência média: 7 dias, podendo estender a sua viagem, especialmente em destinos considerados de longa distância;
- Tem papel importantíssimo para a dinâmica do turismo nas cidades. É considerado uma ótima solução para questões como a sazonalidade do turismo e para o aumento da taxa de ocupação dos empreendimentos criados para atender a demanda turística durante os megaeventos esportivos;

- Infraestrutura dos grandes eventos (novos equipamentos);
- O Brasil é um dos principais HUBS da América do Sul;
- Único país da América do Sul listado entre os TOP 20 que mais recebem eventos internacionais (ICCA);
- Líder na América Latina em realização de eventos e em investimentos diretos estrangeiros.

SEGMENTO ECOTURISMO

- Motivação de viagem ao Brasil: 16,6% (Perfil da Demanda Turística Internacional 2016 - MTur/FIPE);
- O Brasil ocupa a 1ª posição na dimensão Recursos Naturais do Ranking de Competitividade de Viagens e Turismo 2017 (Fórum Econômico Mundial);
- Ecoturismo: tem crescido, desde 1990, entre 20% e 34% a.a. (Global Ecotourism da TIES - The International Ecotourism Society);
- Oportunidade para realização de ações que tenham o Ecoturismo e o Turismo de Aventura como motivação de viagem (diversificação de destinos e produtos turísticos no mercado internacional);
- Turismo de Aventura: Estima-se que a cada 4 viagens, 1 está relacionada diretamente ao segmento e que em 2050 deverá representar 50% da motivação de viagens de turistas em todo o mundo (WTTC);
- O estudo Adventure Tourism Market Study 2013 apontou que 42% das viagens entre os turistas da América do Sul, América do Norte e Europa, tiveram por principal motivação a aventura (ATA - Adventure Travel Trade Association/The George Washington University)
- 1º lugar em recursos naturais (WTTC);
- 7 Patrimônios Mundiais Naturais reconhecidos pela UNESCO;
- 1º lugar em biodiversidade (<http://www.mma.gov.br/biodiversidade/biodiversidade-brasileira>);
- O Brasil possui 6 biomas, com cerca de 1900 espécies de pássaros - 30% das espécies de aves do planeta (MMA);
- Referência mundial no processo de normalização em Ecoturismo e Turismo de Aventura com acreditação pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro);
- Bonito/MS e Socorro/SP foram cidades premiadas internacionalmente como referência em Turismo Sustentável;
- Melhor país do mundo para o turismo de aventura (ranking global Best Countries);
- Diversidade de atividades que podem ser vivenciadas pelos turistas - Integração com outros segmentos como cultural e gastronômico.

SEGMENTO CULTURA

- Motivação de Viagem: 9,7% (Perfil da Demanda Turística Internacional 2016 - MTur/FIPE)
- Transversalidade a vários segmentos;
- Oportunidade para realização de ações que tenham o turismo cultural como motivação de viagem (diversificação de destinos e produtos turísticos no mercado internacional);
- O Brasil ocupa a 8ª posição no Ranking de Competitividade de Viagens e Turismo 2017 (Fórum Econômico Mundial);
- Na dimensão Experiência do Country Brand Report - América Latina 2017/2018, o Brasil ocupa o 1º lugar em Turismo e "Made in" e 2º lugar em Patrimônio e Cultura (atrás do México) - Fonte: Future Brand;
- Considerado o povo mais legal do mundo (CNN);
- Diversidade da oferta cultural brasileira;
- Criatividade e Inovação - foco na arte e nos artistas contemporâneos;
- Imagem de simpatia e acolhimento do povo brasileiro;
- 14 Patrimônios Culturais da Humanidade reconhecidos pela UNESCO;
- Sucesso da teledramaturgia brasileira pelo mundo atrás das produções nacionais em telenovelas e cinema, além de reconhecimento da singularidade da música brasileira, com categoria específica no Grammy Latin Awards;

9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Os principais recursos de comunicação de propriedade da Embratur que podem ser utilizados para reforçar ou complementar as ações publicitárias, são:

- Site Institucional: <http://embratur.com.br/>
- Instagram: <https://www.instagram.com/embraturbrasil/> e <https://www.instagram.com/visitbrasil>
- Youtube: <https://www.youtube.com/user/visitbrasil>
- Facebook: <https://www.facebook.com/VisitBrasil/> e <https://www.facebook.com/EmbraturBrasil>
- Twitter: <https://twitter.com/visitbrasil> e <https://twitter.com/embraturnews>
- LinkedIn: <https://pt.linkedin.com/company/embratur>

10. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

Os esforços anteriores de comunicação publicitária não contribuíram adequadamente para o alcance dos objetivos institucionais propostos, haja vista que não houve acréscimo substancial nos números alcançados pelo turismo internacional no Brasil (notadamente o número de turistas e entrada de divisas).

Os valores dispendidos pela Embratur em publicidade, no período de julho de 2017 a junho de 2018, estão publicados no site institucional (http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/dados_abertos/index.html) e podem ser consolidados conforme tabela a seguir:

QUADRO RESUMO – INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO (12 meses)		
DESTINAÇÃO	VALOR	PERCENTUAL
Produção	R\$ 5.664.963,53	36,22%
• Gráfica	R\$ 126.043,00	0,81%
• Imagem/Vídeo/Áudio	R\$ 4.826.873,30	30,86%
• Custos Internos	R\$ 712.047,23	4,55%
DESTINAÇÃO	VALOR	PERCENTUAL
Mídia	R\$ 9.974.566,80	63,78%
• Televisão	R\$ 0,00	0%
• Rádio	R\$ 0,00	0%
• Jornal	R\$ 462.454,84	2,96%
• Revista	R\$ 1.914.208,66	12,24%
• Internet	R\$ 6.318.293,07	40,40%
• Mídia Exterior	R\$ 1.279.610,23	8,18%
• Outros	R\$ 0,00	0%
TOTAL	R\$ 15.639.530,33	100 %

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência nº 01 / 2020 - Embratur.**

Poderes

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

Brasília-DF, ____ de _____ de 2020

nome completo da LICITANTE, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

ANEXO III**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº 01 / 2020 – Embratur

1. Preços sujeitos a valoração

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) não haverá ressarcimentos dos custos internos dos serviços a serem executados;

b) honorários, a serem cobrados da Embratur, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta LICITANTE, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

c) honorários, a serem cobrados da Embratur, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta LICITANTE, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:% (.....por cento)

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados da Embratur, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta LICITANTE, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento)

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. Outras declarações

- 2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (**Anexo IV**).
- 2.2 Estamos cientes de que a Embratur procederá a retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.
- 2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo à Embratur todas as vantagens obtidas em tais negociações.
- 2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo da Embratur, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).
- 2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência Nr 01 / 2020 – Embratur.

Brasília -DF, ___ de _____ de 2020

nome completo da LICITANTE, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

ANEXO IV

MINUTA DE CONTRATO

CLÁUSULA PRIMEIRA	LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS
CLÁUSULA SEGUNDA	OBJETO
CLÁUSULA TERCEIRA	VIGÊNCIA
CLÁUSULA QUARTA	VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
CLÁUSULA QUINTA	OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA
CLÁUSULA SEXTA	OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
CLÁUSULA SÉTIMA	FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO
CLÁUSULA OITAVA	REMUNERAÇÃO
CLÁUSULA NONA	DESCONTO DE AGÊNCIA
CLÁUSULA DÉCIMA	DIREITOS AUTORAIS
CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA	LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS
CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA	GARANTIA DE EXECUÇÃO
CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA	RESCISÃO
CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA	MATRIZ DE RISCOS
CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA	DISPOSIÇÕES GERAIS
CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA	FORO

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE Nº XXX/2020 QUE, ENTRE SI, FAZEM A EMBRATUR E A NOME AGÊNCIA CONTRATADA**CONTRATO Nº XXXX / 2020**

A Embratur – Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo, com sede no Setor Comercial Norte (SCN), quadra 2, Bloco G, em Brasília - Distrito Federal, inscrita no CNPJ nº 35.842.428/0001-66, doravante designada **CONTRATANTE**, neste ato representado pelo, CPF nº, residente e domiciliado nesta cidade, de acordo com a competência prevista no art. da Portaria nº, de, publicada no Diário Oficial da União de, e a empresa, CNPJ nº, estabelecida no, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por, portador da Carteira de Identidade nº..... e do CPF nº, residente e domiciliado em, têm, entre si, acordado os termos deste contrato, objeto da Concorrência nº 01 / 2020, Processo nº, mediante os termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

- 1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições do Manual de Licitações e de Contratos da Embratur.
- 1.2.1. Aplicam-se, também, a esta concorrência o Decreto nº 6.555/2008, o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002, a Lei nº 12.232/10 e as disposições deste Edital.
- 1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência nº 01 /2020 e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da CONTRATADA, os quais constituem parte deste instrumento.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

- 2.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceitualização, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.
- 2.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.
- 2.1.1.1. A contratação dos serviços elencados no subitem 2.1 tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, promover a comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional e, também, no mercado nacional, desde que voltados a atingir o público estratégico da Embratur. Durante o período constante no § 3º, do art. 34 da Lei 14.002/2020, os serviços serão prestados exclusivamente para a promoção do turismo doméstico, considerando que o citado artigo dispõe que os recursos da Embratur para a promoção do turismo serão direcionados exclusivamente para o turismo doméstico, desde a decretação do estado de emergência até 6 (seis) meses após a superação das circunstâncias que o originaram.
- 2.1.1.2. O planejamento previsto no subitem 2.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias nos meios e veículos de divulgação, para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.
- 2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:
- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade; e
- d) Permitir o acompanhamento não só de “cliques”, mas também de conversão (análise pós-clique).
- 2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, live marketing, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.
- 2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação. Tais projetos, sim, são abrangidos pelos serviços previstos no subitem 2.1.1

- 2.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da Embratur, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
- 2.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.
- 2.4. A presente contratação adotará como regime de execução a Empreitada por Preço Unitário.
- 2.5. A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da Embratur, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.
- 2.6. Para a execução dos serviços, a Embratur instituirá procedimentos próprios de seleção interna entre as CONTRATADAS, que estará descrito no Manual de Orientação às Agências de Publicidade, disponível no site: www.embratur.com.br.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

- 3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.
- 3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, até o limite de 60 (sessenta) meses.
- 3.1.2. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser efetuada pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 4.1. O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº 01 / 2020, que deu origem a este instrumento, está estimado em **R\$ 54.000.000,00 (cinquenta e quatro milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.
- 4.2. A previsão orçamentária para fazer face às despesas da presente contratação correrão por conta do orçamento da Embratur previsto para o ano de 2020, conforme discriminado:
Órgão: 54000 – Ministério do Turismo - MTUR
Unidade: Embratur – Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
Função: 23 – Comércio e Serviços
Subfunção: 695 – Turismo
Programa: Desenvolvimento e Promoção do Turismo
- 4.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.
- 4.3.1. Na prorrogação, a Embratur poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantagem no decorrer da execução deste contrato.
- 4.3.2. A Embratur poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.
- 4.4. À Embratur se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.
- 4.5. No interesse da Embratur, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- 5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:
- 5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da Embratur no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.
- 5.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à Embratur, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas

qualificações:

I - 01 (um) Gerente da Conta Licitada: possuir formação acadêmica em área correlata ou experiência comprovada em gestão de equipes e gerenciamento de contas;

II - 01 (um) Profissional de Planejamento de Comunicação: possuir formação acadêmica em área correlata ou experiência comprovada na função;

III - 02 (dois) Profissionais de Atendimento: possuir formação acadêmica em área correlata ou experiência comprovada na função;

IV - 02 (dois) Profissionais de Mídia: possuir formação acadêmica em área correlata ou experiência comprovada em planejamento, execução e comprovação de mídia;

V - 02 (dois) Profissionais de Produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica): possuir formação acadêmica em área correlata ou experiência comprovada em produção.

5.1.3 Constituir e manter a suas expensas, um Núcleo de Mídia, sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos, em até 45(quarenta e cinco dias) dias úteis a partir da assinatura do contrato.

5.1.4. O Núcleo de Mídia:

5.1.4.1. funcionará sob as orientações da CONTRATANTE, em consonância com as rotinas e práticas acordadas entre ela e a agência contratada; e

5.1.4.2. deverá ter infraestrutura operacional adequada e funcionários qualificados, contratados e mantidos pelas agências, com sistema de informação capaz de garantir o gerenciamento de todos os processos de trabalho relacionados às suas atividades, com até o seguinte quadro de profissionais (com no mínimo 3 profissionais, conforme demanda de veiculações da CONTRATADA) e respectivas qualificações:

I - 01 (um) Gerente de Mídia: possuir formação acadêmica correlata e/ou experiência comprovada, em planejamento e execução de mídia;

II - 01 (um) profissional de mídia: possuir formação acadêmica correlata e/ou experiência comprovada em planejamento e execução de mídia; e

III - 01 (um) profissional de mídia digital: possuir formação acadêmica correlata e/ou experiência comprovada em planejamento e execução de mídia digital.

5.1.5. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela Embratur.

5.1.6. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à Embratur.

5.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à Embratur todas as vantagens obtidas.

5.1.7.1. Pertencem à Embratur todas as vantagens obtidas em negociações de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.7.1.1. O disposto no subitem 5.1.7.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.7.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à Embratur caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.7.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Embratur, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.7.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.7.3. constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará na aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.8. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos previstos no presente certame, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Embratur.

5.1.9. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à Embratur:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

III - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

IV - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados), a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e a assinatura do responsável pela cotação;

V - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – 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;

VI - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

5.1.9.1. A Embratur procederá a verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo, para isso, recorrer às informações disponíveis em sistemas oficiais, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.9.2. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da Embratur.

5.1.9.3. Se e quando julgar conveniente, a Embratur poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.9.4. A CONTRATADA está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.1.9.5. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições neste certame acerca dos direitos autorais para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.9.6. As disposições dos subitens 5.1.9 e 5.1.9.3 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.10. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da Embratur.

5.1.10.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e/ou

II - algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária, vínculo comercial ou parentesco até o terceiro grau.

5.1.11. Obter a autorização prévia da Embratur, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

5.1.11.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da Embratur, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.11.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA de sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.11.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a CONTRATADA obriga-se-á a providenciar um Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da Embratur em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

5.1.12. Apresentar à Embratur, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade.

5.1.13. Apresentar à Embratur, como alternativa ao subitem 5.1.12, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.13.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.13 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da Embratur, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.13.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.13.1. vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.13.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.13.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.13, a Embratur poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.14. Encaminhar, sempre que solicitado pela Embratur, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

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

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais;

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

5.1.14.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da Embratur.

5.1.15. Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento, a suas expensas:

I - manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

II - manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.15.1. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela agência e pela CONTRATANTE, reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

- 5.1.16. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 5.1.15.
- 5.1.17. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela Embratur.
- 5.1.18. Entregar à Embratur, até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.
- 5.1.19. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a Embratur e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a Embratur e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.
- 5.1.19.1. O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela CONTRATADA à Embratur, após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes serão enviados quinzenalmente.
- 5.1.19.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a Embratur solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 3 (três) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.
- 5.1.20. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Embratur, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.
- 5.1.21. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da Embratur, sem sua prévia e expressa autorização.
- 5.1.22. Prestar esclarecimentos à Embratur sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 5.1.23. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 5.1.24. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento.
- 5.1.25. 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, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
- 5.1.26. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.
- 5.1.27. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 5.1.28. 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.
- 5.1.29. Apresentar, quando solicitado pela Embratur, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 5.1.30. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e perante a própria Embratur.
- 5.1.31. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da Embratur.
- 5.1.31.1. A infração ao que prescreve o subitem 5.1.31. poderá implicar em rescisão deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.
- 5.1.31.2. Não manter, durante a vigência deste contrato, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação comercial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a "Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses" assinada pela CONTRATADA.
- 5.1.32. Responder perante a Embratur e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 5.1.33. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a Embratur.
- 5.1.34. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por

força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.34.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a Embratur e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à Embratur as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

5.1.36. Fornecer os produtos e serviços relacionados com o objeto do contrato a ser firmado de acordo com as especificações estipuladas pela Embratur.

5.1.37. Executar todos os serviços relacionados com o objeto do contrato a ser firmado, mediante demanda da Embratur.

5.1.38. Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela Embratur.

5.1.39. Obter a autorização prévia da Embratur, por escrito, para realizar qualquer despesa relacionada com o contrato a ser firmado.

5.1.40. Prover aos profissionais envolvidos na execução contratual a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

5.1.41. Alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com a Embratur, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.

5.1.42. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores especializados e transferir à Embratur todas as vantagens obtidas.

5.1.43. Preservar as regras e condições do contrato com a Embratur na intermediação e supervisão dos serviços prestados por fornecedores especializados e responder integralmente por toda e qualquer infração decorrente dessas situações.

5.1.43.1 A infração do dispositivo 5.1.43. anterior poderá implicar em rescisão do contrato e sujeição da contratada às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.44. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato a ser firmado, que envolvam o nome da Embratur, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.45. Assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pela Embratur, se comprometendo, por si e seus prepostos, a não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.

5.1.46. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a Embratur.

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

5.1.48. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da Embratur ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à EMBRATUR.

5.1.49. Prestar esclarecimentos à Embratur sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a contratada, independentemente de solicitação.

5.1.50. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, regulamentada pelo Decreto nº 7.746/2012.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da Embratur, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

6.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

6.1.2. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

6.1.3. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

- 6.1.4. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela CONTRATADA;
- 6.1.5. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- 6.1.6. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- 6.1.7. Efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados.
- 6.2. A juízo da Embratur, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.
- 6.3. A Embratur comunicará à CONTRATADA, por escrito, sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

- 7.1. A Embratur fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.
- 7.1.1. Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.
- 7.2. A fiscalização pela Embratur em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.
- 7.3. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará em dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da Embratur.
- 7.4. A autorização, pela Embratur, dos planos de mídia e dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.
- 7.5. A ausência de comunicação por parte da Embratur, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.
- 7.6. À Embratur é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.
- 7.7. A Embratur avaliará os serviços prestados pela CONTRATADA, pelo menos, 02 (dois) meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.
- 7.7.1 A avaliação será considerada pela Embratur para:
- 7.7.1.1. apurar a necessidade de solicitar da CONTRATADA correções que visem maior qualidade dos serviços prestados;
- 7.7.1.2. decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e
- 7.7.1.3. fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.
- 7.7.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

- 8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.
- 8.1.1. Honorários, a serem cobrados da Embratur, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);
- 8.1.2. Honorários, a serem cobrados da Embratur, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:% (.....por cento);
- 8.1.2.1. Bens e serviços relativos ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;
- 8.1.2.2. Bens e serviços relativos à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e

8.1.2.3. Bens e serviços relativos à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.3. Honorários, a serem cobrados do Embratur, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento).

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

8.2. A CONTRATADA não fará jus:

8.2.1. ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;

8.2.2. a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela Embratur, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.3. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.3.1. Quando houver a autorização excepcional da Embratur para o ressarcimento das despesas citadas no item 8.3. anterior, deverão ser apresentados todos os comprovantes de pagamento dos deslocamentos e diárias, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

8.4. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da Embratur, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da Embratur.

9.2. A CONTRATADA repassará à Embratur 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.2.1. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.1.1. Se a CONTRATADA fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à Embratur o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da Embratur, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

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

10.1.3. A juízo da Embratur, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos, agências ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à Embratur qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

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

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão

pelo prazo definido pela Embratur, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela Embratur em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de, no máximo, 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que venha a substituí-lo, desde que decorrido, pelo menos, um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela Embratur aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de, no máximo, 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que venha a substituí-lo, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela Embratur será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.2.4. Todas as peças publicitárias a serem produzidas para a Embratur, na vigência do contrato, pelas 2 (duas) LICITANTES vencedoras que envolvam direitos autorais, de imagem e seus conexos, patrimoniais, cessão de uso de obras consagradas, devem ter preferencialmente, prazo de validade de 24 (vinte e quatro) meses para uso promocional, com possibilidade de renovação até 60 (sessenta) meses a partir da assinatura do contrato.

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

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela Embratur, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.8.

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

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à Embratur, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à Embratur qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

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

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

10.5.1. Se a Embratur pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6. A Embratur poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à EMBRATUR.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela Embratur, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal em nome da Embratur, CNPJ/MF nº 35.842.428/0001-66, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da Embratur;

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

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à Embratur.

11.1.2. O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela Embratur, sendo observados, ainda, os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

11.1.3.1 No caso de emissão de Nota Fiscal Eletrônica - NF-E, havendo a impossibilidade de inserção do atesto referido no item 11.1.3, a referida declaração de entrega e prestação de serviços deverá ser emitida à parte, em documento a ser encaminhado à CONTRATANTE pela CONTRATADA junto ao documento fiscal.

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

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

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

III - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2. É da responsabilidade da CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à Embratur.

11.3. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país.

11.4. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a Embratur, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - 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;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.12 e 5.1.13, perante a Embratur, a impossibilidade de fazê-lo.

11.4.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.12 e 5.1.13, a impossibilidade de obter o relatório de checagem a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' 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 na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, 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;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo.

11.4.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela Embratur, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.5 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA.

11.5.1 A CONTRATADA deverá apresentar:

11.5.1 A CONTRATADA deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional.

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

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

11.7. Após o atendimento de todas as exigências supra mencionadas e aguardado o trâmite processual da Embratur, a Coordenação de Orçamento da Embratur deverá efetuar o pagamento em até 10 (dez) dias úteis, após o recebimento do referido processo.

11.7.1. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento conforme prazo indicado no item 11.7, desde que a Contratada não tenha concorrido, de alguma forma, para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela Contratante, calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

EM = I x N x VP, sendo:

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

I = (TX)	$I = \left(\frac{6}{100} \right)$	I = 0,00016438
	365	TX = Percentual da taxa anual = 6%

11.7.2. A Embratur não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.8. A Embratur não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.9. Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da Embratur pela agência bancária pagadora.

11.9.1. A CONTRATADA informará à Embratur os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela Embratur e encaminhará relatório até o décimo dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

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

11.9.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 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(m) resolvida(s) a(s) pendência(s).

11.9.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da Embratur, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

11.9.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.9.2, a Embratur, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.9.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a Embratur poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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

11.10 A EMBRATUR, na condição de substituto tributário, fará a retenção e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA CONTRATUAL

12.1. A CONTRATADA, no prazo de 10 (dias) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 2% (dois por cento) do valor estimado para a execução dos serviços.

12.1.1. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa.

12.1.2. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos autoriza a Embratur a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme Manual de Licitações e Contratos da Embratur.

12.2. Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades de Garantia previstas no art. 39 do manual de Licitações e Contratos da Embratur:

I - caução em dinheiro;

II - fiança bancária; ou

III - seguro garantia.

12.3. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente em conta definida pela Embratur.

12.4. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a Embratur como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes; e

c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

12.5. Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Embratur, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações; e

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.6. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados à Embratur ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III) multas moratórias e punitivas aplicadas pela Embratur à CONTRATADA; e

IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA.

12.6.1. A modalidade Seguro Garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.6.

12.7. Não serão aceitos Seguro-Garantia ou Fiança Bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Embratur.

12.8. Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.9. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Embratur.

12.10. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Embratur.

12.11. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a Embratur exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas no Regulamento de Licitações da Embratur.

12.12. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à Embratur no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.13. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída ao fim do contrato, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que todos os serviços foram realizados a contento e que todas as obrigações assumidas foram cumpridas.

12.13.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que venha a substituí-lo.

12.14. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a Embratur, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2. deste contrato.

12.14.1. Caso seja aceita pela Embratur, a substituição da garantia citada no subitem 12.14. será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela Embratur, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I - Advertência;

II - Multa de mora e multa compensatória;

III - Suspensão temporária de participação em licitações e impedimento de contratar com Embratur por até 02 (dois) anos;

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

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

13.2. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - a advertência e as multas serão aplicadas pelo gestor deste contrato; e

II - caberá ao Diretor de Gestão Corporativa aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com Embratur;

13.3. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente; e

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

13.3.1 A falha na execução contratual restará configurada quando:

13.3.1.1 A CONTRATADA cometer, em um período de 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

13.3.1.2. Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 13.3.1.1, a Embratur poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 - Grau e correspondência de cada infração

Grau da infração	Correspondência
Leve	Advertência (na primeira infração)

	Multa no valor de 0,25 %, por incidência, sobre valor do serviço (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,5 %, por incidência, sobre valor do serviço.
Grave	Multa no valor de 1 %, por incidência, sobre valor do serviço.

Tabela 3 - Infrações

Item	Descrição	Grau	Incidência
1	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Média (passível de correção)	Semestral
2	Demora para centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	Média (passível de correção)	Por ocorrênc
3	Não executar os serviços contratados, com seus próprios recursos, e/ou supervisionar serviços subcontratados, relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da CONTRATANTE.	Grave	Semestral
4	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	Leve (passível de correção)	Semestral
5.	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE.	Leve (passível de correção)	Por ocorrênc
6.	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.	Grave	Por ocorrênc
7.	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrênc
8.	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrênc
9.	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrênc
10.	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE.	Média (passível de correção)	Semestral
11.	Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrênc
12.	Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrênc
13.	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrênc
14.	Não repassar à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	Grave	Por ocorrênc
15.	Não repassar à CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	Grave	Por ocorrênc
16.	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Por ocorrênc
17.	Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrênc
18.	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010. (Igualdade racial)	Média (passível de correção)	Por ocorrênc
19.	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrênc
20.	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrênc
21.	Não apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.	Leve (passível de correção)	Por ocorrênc
22.	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	Grave	Por ocorrênc
	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa	Grave	Por ocorrênc

23.	relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da CONTRATANTE.		
24.	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos.	Leve (passível de correção)	Por ocorrênc
25.	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrênc
26.	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrênc
27.	Manter, durante a vigência deste contrato, a prestação de serviços de publicidade à empresa concorrente ou incompatível com a área de atuação da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrênc
28.	Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Por ocorrênc
29.	Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA.	Grave	Por ocorrênc
30.	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrênc
31.	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrênc
32.	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Média (passível de correção)	Por ocorrênc
33.	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Média (passível de correção)	Semestral
34.	Não apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrênc
35.	Gerar prejuízos e infrações à CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrênc
36.	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.	Média (passível de correção)	Por ocorrênc
37.	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Leve (passível de correção)	Semestral

13.3.1.2.1. As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no subitem 13.1.

13.3.2. No ato de advertência, a Embratur estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

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

13.4.1. O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de:

I - 0,33% por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

II - 0,66% por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da Embratur, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

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

13.4.3. A CONTRATADA estará sujeita à multa compensatória de:

I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela;

a) inexecução total deste contrato;

b) interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da Embratur.

III - 0,07% (zero vírgula zero sete por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 12.1. deste contrato;

IV - até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

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

I - por até 06 (seis) meses, por:

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

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3 e 13.4;

II - por até 02 (dois) anos, por:

a) não conclusão dos serviços contratados; ou

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Planilha de Autorização de Produção (PAP) ou da Planilha de Autorização de Veiculação (PAV) ou documento equivalente, depois da solicitação de correção efetuada pela Embratur;

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

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

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

f) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da Embratur.

13.6. Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Embratur caberá recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.6.1. O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) a advertência e a multa: ao Gerente de Convênios, Contratos e Administração, por intermédio do gestor;

b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a Embratur: ao Diretor de Gestão Corporativa.

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

13.8. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas no Regulamento de Licitações da Embratur, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

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

13.9.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela Embratur.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no Manual de Licitações e de Contratos da Embratur.

14.1.1. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) der motivo à suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a Embratur, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) não mantiver suas condições de habilitação e qualificação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento; e
- i) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.7.3, 11.9, 11.9.1 e 11.9.2.1.

14.1.2. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à Embratur, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela Embratur.

14.2. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.2.1. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

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

14.4. Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da CONTRATADA, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a Embratur, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

14.4.1. À Embratur se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2. Em caso de cisão, a CONTRATANTE poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3. Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à Embratur, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1. A não apresentação do comprovante em até 05 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - MATRIZ DE RISCOS

15.1 Na hipótese de ocorrência de um dos eventos listados no item 15.5 deste contrato, a CONTRATADA deverá, no prazo de 01 (um) dia útil, informar a Embratur sobre o ocorrido, contendo as seguintes informações mínimas:

- a) Detalhamento do evento ocorrido, incluindo sua natureza, a data da ocorrência e sua duração estimada;
- b) As medidas que estavam em vigor para mitigar o risco de materialização do evento, quando houver;
- c) As medidas que irá tomar para fazer cessar os efeitos do evento e o prazo estimado para que esses efeitos cessem;
- d) As obrigações contratuais que não foram cumpridas ou que não irão ser cumpridas em razão do evento; e

e) Outras informações relevantes.

15.1.1. - Após a notificação, a Embratur decidirá quanto ao ocorrido ou poderá solicitar esclarecimentos adicionais a **CONTRATADA**. Em sua decisão a Embratur poderá isentar temporariamente a **CONTRATADA** do cumprimento das obrigações contratuais afetadas pelo Evento.

15.1.2. - A concessão de isenção não exclui a possibilidade de aplicação das sanções.

15.1.3. - O reconhecimento pela Embratur dos eventos descritos no item 15.5 deste contrato que afetem o cumprimento das obrigações contratuais, com responsabilidade indicada exclusivamente a **CONTRATADA**, não dará ensejo a recomposição do equilíbrio econômico financeiro do Contrato, devendo o risco ser suportado exclusivamente pela **CONTRATADA**.

15.2. Os fatos imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do contrato, não previstos no item 15.5, serão decididos mediante acordo entre as partes, no que diz respeito à recomposição do equilíbrio econômico financeiro do contrato.

15.2.1. O Contrato poderá ser rescindido, quando demonstrado que todas as medidas para sanar os efeitos foram tomadas e mesmo assim a manutenção do contrato se tornar impossível ou inviável nas condições existentes ou é excessivamente onerosa.

15.3. Fica a **CONTRATADA** autorizada a prestar serviços indicados neste contrato com maior qualidade devido a inovações metodológicas ou tecnológicas.

15.4. A **CONTRATADA** não pode inovar no modelo de execução e em suas responsabilidades contratuais.

15.5. Tabela - Matriz de Riscos:

Eventos Supervenientes	Ações Mitigadoras
Interrupção dos serviços por greve ou paralisação temporária dos serviços	Verificar junto à CONTRATADA o período do dissídio coletivo da categoria
Demora para centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	Montagem de um escritório de serviços
Não negociação das melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE .	Utilizar a base de preços de fornecedores cadastrados no Sistema de Disponibilização de Referências do Governo Federal – SIREF, da SECOM/PR
Contratação fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE .	Evitar a utilização de distintos meios de comunicação que possa induzir a CONTRATADA ao erro.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA -DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

16.2. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela **CONTRATADA**, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na Embratur.

16.3. A Embratur providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União.

16.4. Constituem direitos e prerrogativas da Embratur, além dos previstos em outras leis, os que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

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

16.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da Embratur na internet.

16.6.1. As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – FORO

17.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária do foro de Brasília - DF.

E, por assim estarem justas e acertadas, foi lavrado o presente Contrato e disponibilizado por meio eletrônico através do Sistema Eletrônico de Informações – SEI, o qual, depois de lido e achado conforme, vai assinado pelas partes, perante duas testemunhas.



Documento assinado eletronicamente por **Gilson Machado Guimarães Neto, Diretor-Presidente**, em 16/11/2020, às 16:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.embratur.com.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0112331** e o código CRC **6D480769**.