



CONVITE Nº 01/2021

EDITAL Nº 33/2021

PROCESSO ADMINISTRATIVO: Nº 53/2021

PROTOCOLO Nº 356/2021

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA CRIAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA E INTERMEDIÇÃO, AGINDO POR CONTA E ORDEM DA FDF, NA AQUISIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO PARA VEICULAÇÃO DE ANÚNCIOS CONFORME MEMORIAL DESCRITIVO DESTE PROCESSO LICITATÓRIO.

LOCAL DA ENTREGA DOS ENVELOPES: FACULDADE DE DIREITO DE FRANCA, SETOR DE COMPRAS E LICITAÇÕES, NA AV. MAJOR NICÁCIO, 2377, BAIRRO SÃO JOSÉ, FRANCA/SP.

DATA DA SESSÃO PÚBLICA: 11/11/2021

HORÁRIO DA SESSÃO PÚBLICA: 14h00

LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA: FACULDADE DE DIREITO DE FRANCA, UNIDADE II, NA AV. MAJOR NICÁCIO, 2305, BAIRRO SÃO JOSÉ, FRANCA/SP.



SUMÁRIO

RECIBO DE RETIRADA DE EDITAL PELA INTERNET	3
EDITAL DO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 53/2021	4
1 PREÂMBULO.....	4
2 DO OBJETO.....	5
3 DA PARTICIPAÇÃO	6
4 DA DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA	6
5 DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS	6
6 DA HABILITAÇÃO	8
7 DA PROPOSTA DE MELHOR TÉCNICA.....	9
8 DA PROPOSTA DE MELHOR PREÇO	10
9 DO PROCEDIMENTO E JULGAMENTO	10
10 DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO	12
11 DA FORMA DE PAGAMENTO DOS SERVIÇOS PRESTADOS	12
12 DA DESCRIÇÃO DA FUNÇÃO DO RESPONSÁVEL E QUALIFICAÇÃO.....	12
13 DO PRAZO E LOCAL DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS.....	13
14 DOS RECURSOS.....	13
15 DAS PENALIDADES	13
16 DAS DISPOSIÇÕES FINAIS	14
ANEXO I MEMORIAL DESCRITIVO.....	15
ANEXO II PROPOSTA DE PREÇO	17
ANEXO III PLANO DE MÍDIA	19
ANEXO IV BRIEFING.....	20
ANEXO V MODELO DE DECLARAÇÃO TRABALHO DE MENOR.....	26
ANEXO VI DECLARAÇÃO FATO IMPEDITIVO	27
ANEXO VII DECLARAÇÃO ENQUADRAMENTO EPP	28
ANEXO VIII MINUTA DO TERMO DE CONTRATO	29
ANEXO IX TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO.....	33



RECIBO DE RETIRADA DE EDITAL PELA INTERNET

EDITAL Nº 33/2021
PROCESSO ADMINISTRATIVO: Nº 53/2021
PROTOCOLO Nº 356/2021
MODALIDADE: CONVITE Nº 01/2021
TIPO: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA CRIAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA E INTERMEDIÇÃO, AGINDO POR CONTA E ORDEM DA FDF, NA AQUISIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO PARA VEICULAÇÃO DE ANÚNCIOS CONFORME MEMORIAL DESCRITIVO DESTES PROCESSOS LICITATÓRIOS.

Razão Social:	
CNPJ:	
Endereço	
Cidade:	Estado:
Telefone:	Fax:
e-mail:	
Recebemos, nesta data, cópia do instrumento convocatório da licitação acima identificada, por intermédio do acesso à página www.direitofranca.br/	
Local, ____ de _____ de 2019.	
Assinatura	

Senhor Licitante,

Visando comunicação futura entre a Faculdade de Direito de Franca e sua empresa, solicitamos a Vossa Senhoria preencher o recibo de retirada do Edital e remeter ao Setor de Compras – Comissão Permanente de Licitações, pelo e-mail compras@direitofranca.br ou alternativamente pelo fone (16) 3713-4016, aos cuidados do Sr. José Donizete Ferreira, Presidente da Comissão de Licitação - COPEL.

A não remessa do recibo exime a Faculdade de Direito de Franca da responsabilidade da comunicação por meio de e-mail de eventuais esclarecimentos e retificações ocorridas no instrumento convocatório, bem como de quaisquer informações adicionais, não cabendo posteriormente qualquer reclamação. Recomendamos, ainda, consultas à referida página (www.direitofranca.br/) para eventuais comunicações ou esclarecimentos disponibilizados acerca do processo licitatório.



EDITAL DO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 33/2021

PROCESSO ADMINISTRATIVO: Nº 53/2021

PROTOCOLO Nº 356/2021

MODALIDADE: CONVITE Nº 01/2021

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA CRIAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA E INTERMEDIÇÃO, AGINDO POR CONTA E ORDEM DA FDF, NA AQUISIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO PARA VEICULAÇÃO DE ANÚNCIOS CONFORME MEMORIAL DESCRITIVO DESTES PROCESSO LICITATÓRIO.

O Diretor da Faculdade de Direito de Franca – FDF, no uso de suas atribuições legais e de conformidade com a Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, e suas respectivas alterações, torna público, para conhecimento dos interessados, que às **14 (ATORZE) horas do dia 11 de novembro de 2021**, na Sala de Licitações situada na Unidade II da FDF, na Avenida Major Nicácio, nº 2305, bairro São José, Franca-SP, reunir-se-á a COPEL, Comissão Permanente de Licitações para realização da sessão pública de licitação na modalidade **CONVITE** tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para a contratação de agência de publicidade para criação de plano de mídia e intermediação agindo por conta e ordem desta instituição de ensino superior na aquisição de espaço publicitário para veiculação de anúncios descritos no memorial descritivo deste processo licitatório - Anexo- I- deste Edital, que será regido pela Lei Federal n.º 8.666, de 21 de junho de 1993 e Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, alterada pela Lei Complementar n.º 147, de 7 de agosto de 2014, Lei 12.232 de 29 de abril de 2010 e Lei 4.680 de 18 de junho de 1965.

As propostas deverão obedecer às especificações estabelecidas neste Edital de Processo Licitatório e anexos que o integram.

A sessão pública será realizada na sala de licitações da Faculdade de Direito de Franca – Unidade I, na Av. Major Nicácio, nº 2305, bairro São José, Franca-SP, no dia e hora mencionados no preâmbulo deste Edital e será conduzida pela Comissão Permanente de Licitações, designada pela Portaria nº 01/2021.

1 PREÂMBULO

1.1 A Faculdade de Direito de Franca torna público que se encontra aberta licitação na modalidade CONVITE nº 01/2021, tipo TÉCNICA E PREÇO - Processo nº 53/2021, que será regido pelas seguintes legislações:

Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006 e alterações impostas pela Lei Complementar nº 147, de 07 de agosto de 2014	Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nº 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996 e nº 9.841, de 5 de outubro de 1999.
Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993.	Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências.
Lei 12.232 de 29 de abril de 2010.	Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.
Lei 4.680 de 18 de junho de 1965.	Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências.

1.2 As propostas deverão obedecer às especificações contidas neste Edital e nos anexos que o integram.



Integram este edital os seguintes ANEXOS:

I-	Memorial Descritivo;
II-	Modelo de formulário padronizado de proposta;
III-	Plano de Mídia
IV-	Briefing
V-	Modelo de Declaração- Inciso XXXIII, art. 7º Constituição Federal;
VI-	Modelo de Declaração de Inexistência de Fato Impeditivo;
VII-	Modelo de Declaração de microempresa e empresa de pequeno porte
VIII-	Minuta do Contrato
IX-	Termo de Ciência e Notificação

2 DO OBJETO

2.1 CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA CRIAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA E INTERMEDIÇÃO AGINDO POR CONTA E ORDEM DESTA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR NA AQUISIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO PARA VEICULAÇÃO DE ANÚNCIOS DESCRITOS NO MEMORIAL DESCRITIVO DESTESSE PROCESSO LICITATÓRIO E DEVERÁ SEGUIR O ESTABELECIDO ABAIXO:

OBJETO	DESCRIÇÃO
1	INTERNET - Aquisição e veiculação de banners, VT comercial (15/30") video/depoimentos (30 a 40") e campanhas em mídias digitais (Facebook, Instagram, LinkedIn, Google e YouTube) para divulgação do Vestibular 2022 (de 11/11/2021 a 03/01/2022) e divulgação dos Cursos de Pós-Graduação (de 01/12/2021 a 31/03/2022).
2	INVESTIMENTO LIVRE – Aquisição e veiculação de diversos materiais para outras mídias com foco no público-alvo, para divulgação do Vestibular 2022 (de 11/11/2021 a 03/01/2022) e divulgação dos Cursos de Pós-Graduação (de 01/12/2021 a 31/03/2022).
3	TV ABERTA - Aquisição de anúncios em emissoras de TV de sinal aberto (VTs de 15 e 30") a serem veiculados em programas de público jovem E programas de grande audiência, com transmissão nas regiões de Ribeirão Preto SP, Franca- SP e Sul de Minas Gerais para divulgação do Vestibular 2022 (de 11/11/2021 a 03/01/2022).
4	RÁDIO - Aquisição de anúncios rotativos a serem veiculados em Rádio FM (com grande audiência) com sede principal na cidade de Franca, no período de 11/11/2021 a 03/01/2022 para a divulgação do Vestibular 2022. Aquisição de anúncios rotativos a serem veiculados em Rádio FM (com grande audiência) com sede principal na cidade de Ribeirão Preto, no período de 11/11/2021 a 03/01/2022 para a divulgação do Vestibular 2022.
5	JORNAL - Aquisição anúncios coloridos (4 cores), em página indeterminada, a serem veiculados em Jornal Digital (de grande circulação) com sede principal na cidade de Franca/SP, no período de 11/11/2021 a 03/01/2022 para a divulgação do Vestibular 2022.
6	CAMPANHA DE ATIVAÇÃO - Desenvolvimento de ações e abordagens em locais específicos para divulgação do Vestibular 2022, maior aproximação e engajamento com o público-alvo.
7	Elaboração de Plano de Mídia para o Vestibular 2022 e Pós-Graduação que atenda às necessidades de Melhor Técnica e que esteja de acordo com as necessidades da licitante e com o <i>briefing</i> apresentado no ANEXO IV.
8	Budget-Planejamento Estratégico - Criação de Hotsite do Vestibular 2022, Anúncios para mídias digitais (Vestibular 2022 e Pós-Graduação), Campanhas de Ativação, investimento livre, Vídeo/depoimentos (Vestibular 2022 e Pós-Graduação), Comerciais (Vestibular 2022) Banner Website (Vestibular e Pós-Graduação), Spots (Vestibular 2022), Anúncio para Jornal (Vestibular 2022E Pós-Graduação).



2.2 O Descritivo para a criação do Plano de Mídia está exposto no Anexo III deste edital.

2.3 As diretrizes do objeto estão definidas no *Briefing* (Anexo IV)

3 DA PARTICIPAÇÃO

3.1 Para participar desta licitação, a agência deverá estar certificada pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

3.2 As pessoas jurídicas que estejam enquadradas como Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP), nos termos do artigo 48, Inciso I, da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, receberão tratamento diferenciado.

3.3 Nenhuma agência poderá participar desta licitação com mais de uma proposta.

3.4 A agência vencedora não poderá subcontratar os serviços licitados.

3.5 Somente uma agência será contratada nesta licitação.

3.6 É vedada a participação nesta licitação de Empresas que:

3.6.1 Estejam sob processo de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, concurso de credores, dissolução ou liquidação e empresas estrangeiras que não funcionam no país;

3.6.2 Empresas que estejam com o direito de licitar e contratar com a Administração Pública suspenso, ou em situação de irregularidade, ou que por ela tenham sido declaradas inidôneas nas esferas Federal, Estadual ou Municipal;

3.6.3 Estejam reunidas em consórcio;

3.6.4 Tenham sofrido sanção disciplinar consistente em suspensão ou declaração de inidoneidade, conforme dispositivos da Lei nº 8.666/1993 e suas alterações posteriores.

3.7 Encontram-se a disposição dos pretendentes na Divisão de Compras e Licitações, bem como no site www.direitofranca.br/, o Edital e anexos que poderão ser retirados em dias úteis, no horário das 08h30 às 17h00, no endereço descrito no preâmbulo.

4 DA DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA

4.1 As despesas decorrentes da contratação serão levadas à cota própria, abaixo atestada:

Ficha- 24- Graduação

Elemento: 33.90.39- Outros Serviços de Terceiros- Pessoa Jurídica

Sub-Elemento: 33.90.39.88.002- Publicidade Institucional

Ficha- 26- Pós-Gaduação

Elemento: 33.90.39- Outros Serviços de Terceiros- Pessoa Jurídica

Sub-Elemento: 33.90.39.88.002- Publicidade Institucional

4.2 O valor estimado para contratação de empresa especializada para prestação dos serviços relacionados neste Edital e demais informações prestadas no Anexo I deste processo, está orçado em **R\$ \$ 160.830,35 (cento e sessenta mil, oitocentos e trinta reais e trinta e cinco centavos)**, valor global, para total prestação dos serviços requisitados, observando-se que, desse valor, será calculada a comissão da agência, **limitada ao máximo de 20% (vinte por cento) sobre os serviços efetuados**. O principal objetivo deste processo licitatório é o melhor aproveitamento da verba, ou seja, a relação custo/benefício.

5 DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

5.1 Os documentos e propostas técnicas deverão ser apresentados em 6 envelopes fechados e indevassáveis, **até as 14 horas, do dia 11/11/2021** no Setor de Compras e Licitações da Faculdade de Direito de Franca (FDF) localizada na Av. Major Nicácio, 2.377, bairro São José, Franca-SP, onde serão protocolizados, na seguinte forma:

5.1.1 **ENVELOPE n.º 01 - PROPOSTA TÉCNICA – VIA NÃO IDENTIFICADA**, apresentar **3 (três) envelopes totalmente sem identificação** contendo no interior de cada um a Proposta Técnica, “PLANO DE MÍDIA”, Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico – para campanha externa e interna, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, e Estratégia de Mídia e Não Mídia),



elaborada pela proponente conforme modelo descrito no **Anexo III** deste processo que serão entregues aos **3 (três) jurados** da Comissão Técnica para julgamento.

5.1.1.1 OS ENVELOPES DEVERÃO SER RETIRADOS PREVIAMENTE NO SETOR DE COMPRAS DA FDF, E LACRADOS PELO PROPONENTE, SEM A COLOCAÇÃO DE QUALQUER TIPO DE IDENTIFICAÇÃO.



5.1.2 ENVELOPE nº 02- PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA, apresentar 1 (um) envelope, contendo na parte exterior identificação do licitante e contendo em seu interior a proposta **MELHOR TÉCNICA (Anexo III)**, igual ao conteúdo do envelope 1, mas elaborada pelo licitante em papel timbrado da empresa, datada e assinada pelo representante legal, que somente será aberto após a análise pela Comissão Técnica do envelope 1.

ENVELOPE nº. 02 –PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA
Processo Administrativo nº. 53/2021
CONVITE nº 01/2021
Razão Social
CNPJ

5.1.3 ENVELOPE nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA. Deverá conter Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em via assinadas e identificadas e invólucro identificado

ENVELOPE nº. 03 –PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA
Processo Administrativo nº. 53/2021
CONVITE nº 01/2021
Razão Social
CNPJ

5.1.4 ENVELOPE nº 04- PROPOSTA DE PREÇO – VIA IDENTIFICADA, apresentar 1 (um) envelope contendo identificação externa do licitante conforme abaixo e contendo em seu interior a **PROPOSTA DE PREÇO, (Anexo II)** elaborada pelo licitante em papel timbrado da empresa, datada e assinada pelo representante legal, que somente será aberto após análise pela Comissão Técnica do envelope 1.



ENVELOPE n.º 04 –PROPOSTA DE PREÇO –
Processo Administrativo n.º. 53/2021
CONVITE n.º 01/2021
Razão Social
CNPJ

5.1.5 ENVELOPE N.º 05- HABILITAÇÃO, apresentar 1 (um) envelope identificado conforme abaixo e contendo em seu interior toda a documentação especificada no item 6 deste edital e que somente será apresentado pelas empresas classificadas pelo critério de técnica.

ENVELOPE n.º 05 –HABILITAÇÃO
Processo Administrativo n.º. 53/2021
CONVITE n.º 01/2021
Razão Social
CNPJ

5.2 ATENÇÃO: o envelope n.º 1, quer na parte externa, ou em seu conteúdo, não poderá apresentar endereçamento, nome da licitante, assinatura, rubrica, marca, sinal, etiqueta, palavra, cliques, ganchos, prendedores, encadernação **ou qualquer outro elemento capaz de identificar a empresa proponente;** conterà em seu interior apenas as folhas da proposta, conforme item 7 do edital, **SOB PENA DE DESCLASSIFICAÇÃO.**

5.3 O envelope n.º 1 (apresentado em 3 unidades), que conterà em seu interior a Proposta Técnica não identificada, será encaminhado aos 3 (três) jurados da Comissão Técnica de Licitação que avaliarão os quesitos das propostas sem terem ciência do proponente responsável por ela. **Para total transparência deste processo licitatório, a identificação das propostas somente será de conhecimento público no momento de abertura dos Envelopes 2, 3 e 4.**

6 DA HABILITAÇÃO

6.1 Os documentos necessários à habilitação deverão ser **apresentados em original ou por** qualquer processo de **cópia autenticada por Tabelião de Notas** ou cópia simples acompanhada do original para autenticação pelos membros da COPEL. Fica dispensada a autenticação de certidões obtidas pela internet apresentadas em original.

6.1.1 os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei 12.232/2010

6.2 DA REGULARIDADE FISCAL.

6.2.1 O Envelope n.º 2 "HABILITAÇÃO" deverá conter os documentos a seguir relacionados. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativas, conforme relação abaixo:

6.2.2 Contrato Social ou última Alteração Contratual Consolidada, no caso de empresa individual que apresentar Registro Comercial, ou ainda. Instrumento legal de Constituição vigente (**cópia autenticada contendo o ramo de Atividade pertinente ao Objeto da Licitação**);

6.2.3 Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (CNPJ) CNAE condizente com o Objeto da Licitação;

6.2.4 Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver, relativo à sede ou ao domicílio da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto do certame;

6.2.5 Certidão negativa de débito com as Fazendas Estadual e Municipal, da sede ou do domicílio da licitante, expedida pelo órgão competente;

6.2.6 Certidão Conjunta Negativa de Débitos Federais, dívida ativa da União e INSS;

6.2.7 Certidão negativa de débito com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);

6.2.8 Certidão negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), conforme Lei n.º 12.440/11.



6.3 DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

6.3.1 Certidão negativa de falência ou concordata e recuperação judicial e extrajudicial, expedida pelo cartório distribuidor da sede da pessoa jurídica ou de execução patrimonial, expedida pelo distribuidor do domicílio da pessoa física.

6.4 DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

6.4.1 Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, ou outra entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda;

6.4.2 Currículo detalhado do Gerente de Mídia descrevendo experiência em trabalhos compatíveis com o escopo do presente certame;

6.4.3 O vínculo entre a empresa licitante e o Gerente de Mídia deverá ser comprovado por registro em carteira de trabalho, contrato de prestação de serviços registrado em cartório, atestando a capacidade técnica do referido profissional, ou declaração de compromisso de vinculação futura, caso o licitante se sagre vencedor do certame;

6.4.3 Apresentação de atestado ou declaração fornecida por pessoa jurídica de direito público ou privado de que a licitante tenha executado satisfatoriamente serviços semelhantes.

6.5 OUTRAS COMPROVAÇÕES

6.5.1 Declarações abaixo relacionadas, subscritas por representante legal da licitante, elaborada em papel timbrado, sendo:

6.5.1.1 Declaração de cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, conforme modelo constante no ANEXO IV;

6.5.1.2 Declaração de inexistência de fato superveniente impeditivo para licitar ou contratar com a Administração Pública, conforme modelo constante no ANEXO V;

6.5.1.3 Declaração de enquadramentos ME/EPP, conforme modelo constante no ANEXO VI, se a licitante estiver cadastrada nessa condição.

6.5.2 É facultada aos licitantes a não apresentação dos documentos de habilitação que constem do SICAF – Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores.

6.5.3 Na hipótese de não constar prazo de validade nas certidões apresentadas, a Administração aceitará como válidas as expedidas até 90 (noventa) dias imediatamente anteriores à data de apresentação das propostas.

7 DA PROPOSTA DE MELHOR TÉCNICA

7.1 Criação de um PLANO DE MÍDIA – proposta MELHOR TÉCNICA a ser elaborada conforme Anexo III deste Edital e que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos a serem atingidos.

7.2 Conforme o público-alvo especificado no objeto deste processo e “briefing” (resumo) apresentado no Anexo IV, o Plano de Mídia deverá ser redigido em papel sulfite branco, formato A4, gramatura 75g/m², fonte arial, tamanho 12, espaçamento simples, impresso na cor preta.

7.2.1 O PLANO DE MÍDIA - VIA NÃO IDENTIFICADA deverá ser impresso **sem nenhuma identificação da empresa licitante**.

7.2.2 O PLANO DE MÍDIA - VIA IDENTIFICADA deverá ser impresso em **papel timbrado da empresa licitante**.

7.3 As empresas participantes serão avaliadas pela Comissão Técnica com notas de 0 a 10 em cada quesito (com até uma casa decimal) considerando-se o OBJETO DO EDITAL e sendo 5 (cinco) os quesitos a se considerar:

7.3.1 Argumentação/Objetivo da Campanha–

7.3.2 Escolha dos Programas/Veículos/Meios

7.3.3 Alcance Público-Alvo/Persona

7.3.4 GRP (Audiência X Inserções) / TRP Expectativa Resultado GRP (audiência x inserções) – considerada apenas em relação à TV;

7.3.5 Mercado E Concorrência (Benchmarking/Análise de Mídia);

7.4 Os Jurados da Comissão Técnica redigirão justificativas para cada quesito avaliado.



8 DA PROPOSTA DE PREÇO

8.1 Somente serão abertas as propostas de preço das empresas licitantes classificadas na fase **MELHOR TÉCNICA**.

8.2 A proposta de preço deverá ser datada e assinada pelo representante legal da empresa licitante, não devendo ultrapassar a dotação estipulada pela Administração, englobando nesse valor:

8.2.1 Objetos de 1 a 6: conforme Anexo I (Valor estimado pela administração);

8.2.2 Valor da comissão da agência, que poderá ser de até 20%

8.2.3 Objeto 8: valor estimado pela Administração de até R\$ 5.000,00 (cinco mil reais);

8.2.4 Objeto 9: Budget – Planejamento estratégico que poderá ser de até R\$20.000,00

8.3 Serão desclassificadas as propostas que ultrapassarem o valor total definido por Dotação Orçamentária que é de **R\$ \$ 160.830,35 (cento e sessenta mil, oitocentos e trinta reais e trinta e cinco centavos)**.

8.3.1 Serão desclassificadas as propostas que apresentarem valores superiores ao estipulado no Objeto 7 que é de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais).

8.4 A proposta deverá:

8.4.1 O Anexo II deverá ser preenchido em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras, entrelinhas ou condições escritas à margem e estar datada e assinada pelo licitante ou seu representante legal.

8.4.2 Conter o preço por item e total, em moeda nacional, computados todos os tributos de qualquer natureza, bem como todos os custos incidentes sobre o serviço contratado;

8.4.3 No preço apresentado na proposta, deverão estar incluídos todos os descontos oferecidos pelo licitante;

8.4.4 Conter ao final da relação dos preços a somatória dos valores indicando o valor total da proposta;

8.4.5 Estar assinada pelo representante legal na última folha e rubricada em todas as folhas, preferencialmente numeradas;

8.4.6 Conter prazo de validade da proposta de no mínimo 60 (sessenta) dias, contados da data da abertura, conhecimento e aceite de todas as exigências contidas no Edital, admitindo-se como tácita a aceitação quando não declarada.

8.4.7 Indicar clara e precisamente a discriminação do fornecimento, conforme detalhamento constante do objeto da licitação.

8.4.8 As empresas licitantes poderão ser representadas na sessão por um único representante legal ou procurador, devendo identificar-se mediante exibição de documento oficial com foto e apresentar os seguintes documentos fora dos envelopes:

8.4.9 Tratando-se de Representante Legal, deverá apresentar cópia simples do respectivo Estatuto, Contrato Social e suas alterações ou ato constitutivo, na qual constem poderes para exercer direitos e contrair obrigações em decorrência da investidura;

8.4.10 Tratando-se de procurador, a representação far-se-á por meio de instrumento público ou particular de procuração, do qual constem poderes específicos para interpor recursos ou desistir de fazê-lo, e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome da proponente, acompanhado de cópia simples do respectivo Estatuto, Contrato Social e suas alterações ou ato constitutivo, que comprove a capacidade ou competência do outorgante para constituir mandatário para praticar todos os atos do certame;

8.4.11 Será admitido apenas 01 (um) representante para cada licitante na sessão e cada um deles poderá representar apenas uma empresa.

8.4.12 Cada licitante poderá apresentar apenas uma proposta.

9 DO PROCEDIMENTO E JULGAMENTO

9.1 O Procedimento terá início com a entrega dos envelopes no Setor de Compras e Licitações localizado na Unidade I da Faculdade de Direito de Franca. Os participantes terão até as 14h00 do dia 11/11/2021 para protocolizarem os 6 (seis) envelopes conforme descritos no item 5 e conforme preâmbulo deste Edital.

9.2 Os envelopes não identificados serão exibidos a todos os licitantes para verificação de possíveis elementos de identificação, podendo qualquer licitante impugnar envelopes que os tenham.

9.3 Em ato contínuo, a Comissão Permanente de Licitações – COPEL encaminhará os envelopes nº



1 PROPOSTA TÉCNICA – VIA NÃO IDENTIFICADA para a análise da Comissão Técnica eleita anteriormente à sessão pública (formada por três jurados com Formação na Área).

9.3 A análise será individualizada seguindo os parâmetros estabelecidos no **item 7** deste Edital.

9.4 A Comissão Técnica elaborará planilhas com a pontuação de cada quesito e a soma atribuída a cada participante.

9.4.1 A Avaliação da PROPOSTA TÉCNICA e a PROPOSTA DE MELHOR PREÇO serão avaliadas na Proporção de nota 5 (cinco) para a MELHOR TÉCNICA e nota 5 (cinco) PARA O MELHOR PREÇO conforme o exemplo abaixo:

AVALIAÇÃO MELHOR TÉCNICA - NOTAS DE 0 A 10 PARA CADA UM DOS 5 (CINCO) QUESITOS, SERÃO SOMADAS:

1- ARGUMENTAÇÃO/OBJETIVO DA CAMPANHA – **10 PONTOS**

2- ESCOLHA DOS PROGRAMAS/VEÍCULOS/MEIOS - **10 PONTOS**

3- ALCANCE PÚBLICO-ALVO/PERSONA - **10 PONTOS**

4- GRP (AUDIÊNCIA X INSERÇÕES) / TRP EXPECTATIVA - **10 PONTOS**

5- MERCADO E CONCORRÊNCIA (BENCHMARKING/ANÁLISE DE MÍDIA) **10 PONTOS**

NOTA MÁXIMA: 50 PONTOS

AVALIAÇÃO MELHOR TÉCNICA – PESO 5

EXEMPLO:

EMPRESA	Nota Total da Comissão Técnica	% sobre o Total	Pontos Técnicos
A	20	40%	2,0
B	45	90%	4,5
C	30	60%	3,0
D	42	84%	4,0

AVALIAÇÃO MELHOR PREÇO – PESO 5:

DE R\$ 158.800,00 A R\$ 160.830,35 = NOTA 1

DE R\$ 156.800,00 A R\$ 158.799,99 = NOTA 2

DE R\$ 154.800,00 A R\$ 156.799,99 = NOTA 3

DE R\$ 152.800,00 A R\$ 154.799,99 = NOTA 4

ATÉ R\$ 152.799,99 = NOTA 5

EXEMPLO:

EMPRESA	Valor Total apresentado R\$	Nota Sobre o Valor
A	155.000,00	3
B	156.000,00	2
C	156.500,00	2
D	160.000,00	1

SOMA DAS NOTAS: MELHOR TÉCNICA + MELHOR PREÇO

EMPRESA	NOTA MELHOR TÉCNICA	NOTA MELHOR PREÇO	SOMA
A	2,0	3	5,0
B	4,5	2	6,5
C	3,0	2	5,0



D	4,0	1	5,0
---	-----	---	-----

9.5 Após a apuração das PROPOSTAS TÉCNICAS, serão observados os seguintes procedimentos:

9.5.1 A Comissão Permanente de Licitação deverá apresentar aos participantes as **Planilhas de julgamento** elaboradas pela Comissão Técnica com referência ao **ENVELOPE nº 1 PROPOSTA TÉCNICA – VIA NÃO IDENTIFICADA**.

9.5.2 Abrir-se-á, a partir de então, prazo para interposição de recursos, na forma do art. 109, I, da Lei 8.666/93, caso haja interesse entre os presentes.

9.5.3 Caso seja interposto recurso, a data da próxima Sessão será definida entre todos os presentes, caso não seja, a sessão terá seu andamento normal.

9.5.4 A seguir será aberto o **ENVELOPE nº 3 - HABILITAÇÃO** colocando-o à disposição das licitantes para exame;

9.6.5 Abrir-se-á, a partir de então, prazo para interposição de recursos;

9.6.6 Caso seja interposto recurso, a data da próxima sessão será definida entre todos os presentes, caso não seja, a sessão terá seu andamento normal.

9.6.7 A seguir se dará a abertura do **ENVELOPE Nº 4 – PROPOSTA DE PREÇO – VIA IDENTIFICADA**;

9.6.8 Serão então abertos as PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA (ENVELOPE Nº 2) para apresentação da empresa responsável pela PROPOSTA TÉCNICA VENCEDORA;

9.6.9 A seguir serão examinadas e julgadas as Propostas de Preço de acordo com o critério estabelecido pelo Edital (Anexo II);

9.6.10 Identificada a proposta de menor preço dar-se-á conhecimento do resultado aos presentes;

9.6.11 Será elaborada uma Planilha de notas (PROPOSTA TÉCNICA E PROPOSTA DE PREÇO) conforme critérios estabelecidos no Edital;

9.6.12 Em caso de empate, serão aplicados os preceitos do art. 44 da Lei 123, de 14 de dezembro de 2.006.

9.6.13 Os recursos contra decisões proferidas no processo licitatório deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, dirigidos à autoridade superior, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação.

9.7 Serão considerados os prazos de validade expressos nos documentos. Para os documentos que não apresentarem o prazo de validade, considerar-se-á 90 (noventa) dias.

9.8 Não cabe desistência de proposta, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente ou após o julgamento, e aceito pela Comissão (art. 43 § 6º da Lei 8.666/1993 e suas alterações posteriores).

9.9 A Comissão de Licitação rejeitará as propostas que:

9.9.1 Não estiverem devidamente assinadas, por seus representantes legais;

9.9.2 Possuírem qualquer limitação, reserva ou condição contrastante com o presente Edital;

9.9.3 Deixarem de apresentar quaisquer documentos solicitados neste Edital;

9.9.4 Não atenderem as especificações exigidas neste Edital.

10 DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

10.1 Os atos de homologação desta licitação serão publicados no Diário Oficial da cidade de Franca e demais órgãos oficiais.

10.2 Os atos de homologação desta licitação serão de competência do Senhor Diretor da Faculdade de Direito de Franca, consoante poderes que lhe são conferidos pelo Regimento Interno da Instituição.

10.3 Não havendo recursos, a autoridade competente, efetuará a homologação e adjudicação do objeto, convocando a vencedora para, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, apresentar as Certidões Negativas de Débito cujos prazos de validade estejam vencidos e proceder a assinatura do contrato.

10.4 A não regularização da documentação implicará decadência do direito à adjudicação, sem prejuízo das sanções administrativas e das penalidades legais, sendo facultado à Administração convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, ou revogar a licitação.

11 DA FORMA DE PAGAMENTO DOS SERVIÇOS PRESTADOS



11.1 O pagamento somente será realizado após recebimento e conferência do objeto licitado pela Administração, acrescido da nota fiscal individualizada, destacando-se, inclusive, que o **valor da Comissão da Agência será pago de forma individualizada.**

11.2 A Faculdade de Direito de Franca, por meio de seu departamento contábil e financeiro efetuará o pagamento por meio de depósito ou boleto bancário em até 20 (vinte) dias úteis após o recebimento dos serviços contratados, ou seja, na proporção e valor do serviço prestado com apresentação da respectiva nota fiscal, observado o cumprimento integral das disposições contidas neste Edital;

11.3 Caso o vencimento do prazo de pagamento da nota fiscal ou fatura ocorra fora do expediente bancário, o pagamento será efetuado no próximo dia útil, imediatamente posterior ao vencimento, não incidindo qualquer compensação financeira neste período;

11.4 A empresa vencedora deverá mencionar na respectiva nota fiscal informações sobre o serviço, o número da Licitação e do Processo, e os dados bancários para depósito.

11.5 Os pagamentos serão realizados na medida em que os serviços forem executados;

11.6 Em caso de inadimplemento por parte da Contratante, fica estipulado como índice de atualização dos valores o IPCA, do IBGE, tendo como data de início da correção a data em que o pagamento deveria ter ocorrido, conforme item 11.2.

12 DA DESCRIÇÃO DA FUNÇÃO DO RESPONSÁVEL E QUALIFICAÇÃO NECESSÁRIA

12.1 Função: Gerente de Mídia

12.1.2 Experiência profissional: ter atuado como Gerente de Mídia em empresas de comunicação e propaganda.

12.1.3 Atribuições: Aplicar os recursos da contratante considerando a otimização da verba, o melhor custo benefício, formas de pagamento adequadas, flexibilidade comercial, busca por espaços exclusivos ou diferenciados e busca por novas possibilidades.

13 DO PRAZO E LOCAL DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

13.1 A licitante vencedora se obriga a disponibilizar os serviços objeto desta licitação nas quantidades e períodos definidos em seu Plano de Mídia (Anexo III) e de acordo com as necessidades da Faculdade de Direito de Franca.

13.2 Fica consignado que a CONTRATADA ficará obrigada a apresentar relatório semanal, assinado pelo Gerente de Mídia, confirmando a veiculação do anúncio nos veículos definidos no PLANO DE MÍDIA.

13.3 O não atendimento aos prazos definidos pela Faculdade de Direito de Franca será interpretado como descumprimento contratual, podendo ensejar as penalidades daí decorrentes.

14 DOS RECURSOS

14.1 Das decisões proferidas pela Comissão Permanente de Licitações caberá recurso nos termos do art. 109 da Lei nº. 8666/1993 e suas alterações posteriores;

14.2 O recurso deverá ser interposto mediante petição por escrito, devidamente arrazoada, subscrita pelo representante legal ou preposto da recorrente, que detenha procuração para tanto, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, conforme art. 109 da Lei 8666/1993;

14.3 O recurso deverá ser entregue e protocolado no Setor de Compras e Licitações, endereçado ao Presidente da Comissão Permanente de Licitações, podendo ser encaminhado por e-mail, e, neste caso, caberá ao licitante entrar em contato por telefone para confirmar o seu recebimento.

14.4 O recurso bem como as contrarrazões serão julgados pela Comissão Permanente de Licitações, utilizando-se quando necessário, de setores técnicos e jurídicos na busca de subsídios, podendo, com fulcro no art. 43, § 3º, do diploma licitatório, em qualquer fase da licitação, realizar diligências que visem à instrução do processo.

15 DAS PENALIDADES

15.1 A inexecução total ou parcial do objeto desta licitação, conforme indicado no Anexo I deste procedimento, ensejará aplicação de multa correspondente a até 10% (dez por cento) do valor do Empenho ou termo equivalente, com as consequências previstas em lei reconhecidos os direitos da Administração previstos no art. 77 da Lei nº. 8666/1993 e suas alterações posteriores;

15.2 Em caso de tolerância, após os primeiros 20 (vinte) dias de atraso, e não sendo cancelado o



Empenho, em se repetindo o atraso, a Faculdade de Direito de Franca poderá optar pela convocação das demais proponentes da licitação, obedecida sucessivamente a ordem de classificação na forma do § 2º do art. 64 do diploma licitatório;

15.3 Pelo não cumprimento total ou parcial do objeto licitado, a Faculdade de Direito de Franca, poderá, garantida a prévia defesa da licitante, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, aplicar multa prevista neste Edital, juntamente com as seguintes sanções, nos termos do art. 87 da 8.666/1993:

15.3.1 Advertência;

15.3.2 Suspensão temporária de participação em Licitações e impedimento de contratar com a Administração Pública, por prazo não superior a 02 (dois) anos;

15.3.3 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes de punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, a qual será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo de sanção aplicada com base na alínea anterior.

16 DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

16.2 À Faculdade de Direito de Franca reserva-se o direito de anular seus próprios atos, quando eivados de vícios que os tornem ilegais, porque deles não se originam direitos, ou revogá-los por motivo de conveniência ou oportunidade, respeitados os direitos adquiridos, e ressalvada, em todos os casos, a apreciação judicial (Supremo Tribunal Federal - STF, Súmula nº. 473);

16.3 No caso de não haver expediente para a data fixada à entrega e abertura dos envelopes de propostas, a sessão pública realizar-se-á às 9 (nove) horas do primeiro dia útil após a data anteriormente marcada.

16.4 Caso algum órgão expedidor de documento exigido nesta licitação se encontre em greve, se a licitante não possuir documento com prazo de validade vigente, deverá apresentar o documento vencido, juntamente com a comprovação de que o órgão expedidor se encontra em greve por meio de: cópia da matéria ou reportagem em jornais ou revistas ou declaração do próprio órgão expedidor;

16.5 A participação no presente processo licitatório implica na aceitação integral e irretratável de todas as condições exigidas neste Edital e nos documentos que dele fazem parte, bem como na observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;

16.6 Caso a empresa licitante seja isenta de algum documento exigido no presente Edital, deverá essa, fazer prova dentro dos envelopes da fase correspondente à exigência, por meio de declaração do órgão expedidor do aludido documento;

16.7 A Comissão Permanente de Licitações, no interesse público, poderá relevar omissões puramente formais, desde que não seja infringido o princípio da vinculação ao instrumento convocatório;

16.8 A Comissão Permanente de Licitações ou a autoridade superior, na forma do disposto no § 3º do art. 43 da Lei nº. 8.666/1993 e suas alterações posteriores reservam-se no direito de promover qualquer diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo relativo a esta licitação.

16.9 Quaisquer dúvidas sobre o presente edital deverão ser objeto de consulta à Comissão Permanente de Licitações por e-mail para compras@direitofranca.br.

16.10 O julgamento e a classificação das propostas são atos exclusivos da Comissão Permanente de Licitações que se reserva no direito de desclassificar as propostas em desacordo com este Edital ou ainda que se revelarem manifestamente inexecutáveis.

Franca, 25 de outubro de 2021.

Prof. Dr. José Sérgio Saraiva
Diretor da Faculdade de Direito de Franca



ANEXO I

MEMORIAL DESCRITIVO

PROCESSO ADMINISTRATIVO: Nº 53/2021
PROTOCOLO Nº 356/2021
MODALIDADE: CONVITE Nº 01/2021
TIPO: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA CRIAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA E INTERMEDIÇÃO, AGINDO POR CONTA E ORDEM DA FDF, NA AQUISIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO PARA VEICULAÇÃO DE ANÚNCIOS CONFORME MEMORIAL DESCRITIVO DESTES PROCESSOS LICITATÓRIOS.

OBJETO	DESCRIÇÃO	VALOR ESTIMADO
1	INTERNET - Aquisição e veiculação de banners, VT comercial (15/30") video/depoimentos (30 a 40") e campanhas em mídias digitais (Facebook, Instagram, LinkedIn, Google e YouTube) para divulgação do Vestibular 2022 (de 11/11/2021 a 03/01/2022) e divulgação dos Cursos de Pós-Graduação (de 1º/12/2021 a 31/03/2022). Todos os materiais deverão ser aprovados antes de serem veiculados.	R\$-55.530,64
2	INVESTIMENTO LIVRE – Aquisição e veiculação de diversos materiais para “outras mídias” com foco no público-alvo, para divulgação do Vestibular 2022 (de 11/11/2021 a 03/01/2022) e divulgação dos Cursos de Pós-Graduação (de 1º/12/2021 a 31/03/2022). Todos os materiais deverão ser aprovados antes de serem veiculados.	R\$-27.299,24
3	TV ABERTA - Aquisição de anúncios em emissoras de TV de sinal aberto (VTs de 15 e 30") a serem veiculados em programas de público jovem, programas de grande audiência e programas jornalísticos, com transmissão nas regiões de Ribeirão Preto SP, Franca- SP e Sul de Minas Gerais para divulgação do Vestibular 2022 (de 11/11/2021 a 03/01/2022). Todos os materiais deverão ser aprovados antes de serem veiculados.	R\$-14.382,04
4	RÁDIO - Aquisição de anúncios rotativos a serem veiculados em Rádio FM (com grande audiência) com sede principal na cidade de Franca, no período de 11/11/2021 a 03/01/2022 para a divulgação do Vestibular 2022. Aquisição de anúncios rotativos a serem veiculados em Rádio FM (com grande audiência) com sede principal na cidade de Ribeirão Preto, no período de 11/11/2021 a 03/01/2022 para a divulgação do Vestibular 2022. Todos os materiais deverão ser aprovados antes de serem veiculados.	R\$-3.995,01
5	JORNAL - Aquisição anúncios coloridos (4 cores), em página indeterminada, a serem veiculados em Jornal Digital (de grande circulação) com sede principal na cidade de Franca/SP, no período de 11/11/2021 a 03/01/2022 para a divulgação do Vestibular 2022. Todos os materiais deverão ser aprovados antes de serem veiculados.	R\$-3.995,01



6	CAMPANHA DE ATIVAÇÃO - Desenvolvimento de ações e abordagens em locais específicos para divulgação do Vestibular 2022, maior aproximação e engajamento com o público-alvo. A Campanha de Ativação deverá ser aprovada pela direção da FDF antes da realização. Todos os materiais deverão ser aprovados antes de serem veiculados.	R\$- 7.990,02
SUBTOTAL		R\$ 113.191,96
VALOR DA COMISSÃO DA AGÊNCIA (ATÉ 20%)		R\$-22.638,39
7	Elaboração de Plano de Mídia para o Vestibular 2022 e Pós-Graduação que atenda às necessidades de Melhor Técnica e que esteja de acordo com as necessidades da licitante e com o <i>briefing</i> apresentado no ANEXO IV.	Até R\$-5.000,00
8	Budget-Planejamento Estratégico - Criação de Hotsite do Vestibular 2022, Anúncios para mídias digitais (Vestibular 2022 e Pós-Graduação), Campanhas de Ativação, Investimento Livre, Vídeo/depoimentos (Vestibular 2022 e Pós-Graduação), Comerciais (Vestibular 2022) Banner Website (Vestibular e Pós-Graduação), Spots (Vestibular 2022), Anúncio para Jornal (Vestibular 2022)	Até R\$-20.000,00
VALOR TOTAL DA LICITAÇÃO:		R\$ 160.830,35
VALOR TOTAL POR EXTENSO: (Cento e sessenta mil, oitocentos e trinta reais e trinta e cinco centavos)		



ANEXO II
FORMULÁRIO PADRONIZADO DE PROPOSTA DE PREÇO
(Deve ser impressa em papel timbrado da empresa participante na licitação)

PROCESSO ADMINISTRATIVO: Nº 53/2021
PROTOCOLO Nº 356/2021
MODALIDADE: CONVITE Nº 01/2021
TIPO: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA CRIAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA E INTERMEDIÇÃO, AGINDO POR CONTA E ORDEM DA FDF, NA AQUISIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO PARA VEICULAÇÃO DE ANÚNCIOS CONFORME MEMORIAL DESCRITIVO DESTES PROCESSOS LICITATÓRIOS.

OBJETO	DESCRIÇÃO	TOTAL DO ITEM R\$
1	INTERNET - Aquisição e veiculação de banners, VT comercial (15/30”) video/depoimentos (30 a 40”) e campanhas em mídias digitais (Facebook, Instagram, LinkedIn, Google e YouTube) para divulgação do Vestibular 2022 (de 11/11/2021 a 03/01/2022) e divulgação dos Cursos de Pós-Graduação (de 1º/12/2021 a 31/03/2022).	
2	INVESTIMENTO LIVRE – Aquisição e veiculação de diversos materiais para “outras mídias” com foco no público-alvo, para divulgação do Vestibular 2022 (de 11/11/2021 a 03/01/2022) e divulgação dos Cursos de Pós-Graduação (de 1º/12/2021 a 31/03/2022).	
3	TV ABERTA - Aquisição de anúncios em emissoras de TV de sinal aberto (VTs de 15 e 30”) a serem veiculados em programas de público jovem, programas de grande audiência e programas jornalísticos, com transmissão nas regiões de Ribeirão Preto SP, Franca- SP e Sul de Minas Gerais para divulgação do Vestibular 2022 (de 11/11/2021 a 03/01/2022).	
4	RÁDIO - Aquisição de anúncios rotativos a serem veiculados em Rádio FM (com grande audiência) com sede principal na cidade de Franca, no período de 11/11/2021 a 03/01/2022 para a divulgação do Vestibular 2022. Aquisição de anúncios rotativos a serem veiculados em Rádio FM (com grande audiência) com sede principal na cidade de Ribeirão Preto, no período de 11/11/2021 a 03/01/2022 para a divulgação do Vestibular 2022.	
5	JORNAL - Aquisição anúncios coloridos (4 cores), em página indeterminada, a serem veiculados em Jornal Digital (de grande circulação) com sede principal na cidade de Franca/SP, no período de 11/11/2021 a 03/01/2022 para a divulgação do Vestibular 2022.	
6	CAMPANHA DE ATIVAÇÃO - Desenvolvimento de ações e abordagens em locais específicos para divulgação do Vestibular 2022, maior aproximação e engajamento com o público-alvo. A Campanha de Ativação deverá ser aprovada pela direção da FDF	



	antes da realização.	
SUBTOTAL		
VALOR DA COMISSÃO DA AGÊNCIA (ATÉ 20%)		
7	Elaboração de Plano de Mídia para o Vestibular 2022 e Pós-Graduação que atenda às necessidades de Melhor Técnica e que esteja de acordo com as necessidades da licitante e com o <i>briefing</i> apresentado no ANEXO IV.	
8	Budget-Planejamento Estratégico - Criação de Hotsite do Vestibular 2022, Anúncios para mídias digitais (Vestibular 2022 e Pós-Graduação), Campanhas de Ativação, Investimento Livre, Vídeo/depoimentos (Vestibular 2022 e Pós-Graduação), Comerciais (Vestibular 2022) Banner Website (Vestibular e Pós-Graduação), Spots (Vestibular 2022), Anúncio para Jornal (Vestibular 2022).	
	VALOR TOTAL DA LICITAÇÃO:	
VALOR TOTAL:		

Validade da Proposta: 60 dias
Franca, __ de _____ de 2021.
Razão Social do Proponente:
CNPJ:
Endereço:



ANEXO III

DESCRIPTIVO DO PLANO DE MÍDIA

PROCESSO ADMINISTRATIVO: Nº 53/2021

PROTOCOLO Nº 356/2021

MODALIDADE: CONVITE Nº 01/2021

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA CRIAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA E INTERMEDIÇÃO, AGINDO POR CONTA E ORDEM DA FDF, NA AQUISIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO PARA VEICULAÇÃO DE ANÚNCIOS CONFORME MEMORIAL DESCRITIVO DESTES PROCESSOS LICITATÓRIOS.

1 PLANO DE MÍDIA – MÍDIAS DIGITAIS

1.1 ARGUMENTAÇÃO (Texto de no máximo 3 laudas que analise o perfil do público-alvo e as mídias escolhidas)

1.2 PLANO DE MÍDIA DIGITAL (Planilha do Excel no modo paisagem) contendo:

- 1.2.1 Datas das veiculações
- 1.2.2 Nome das mídias selecionadas;
- 1.2.3 Valor total a ser gasto nos anúncios;
- 1.2.4 Valor a ser investido em cada mídia;
- 1.2.5 Formato dos anúncios;
- 1.2.6 Número de anúncios;
- 1.2.7 Valor total da Comissão da Agência

2 PLANO DE MÍDIA – TV

2.1 ARGUMENTAÇÃO (Texto de no máximo 3 laudas que analise o perfil do público-alvo e as emissoras e programas escolhidos).

2.2 PLANO DE MÍDIA (Planilha do Excel no modo paisagem) contendo:

- 2.2.1 Datas das veiculações
- 2.2.2 Nome das Emissoras selecionadas
- 2.2.3 Nome dos Programas escolhidos
- 2.2.4 Audiência dos Programas escolhidos
- 2.2.5 Horário dos Programas escolhidos
- 2.2.6 Público-alvo dos Programas Escolhidos
- 2.2.7 Número de exibições
- 2.2.8 Valor das exibições
- 2.2.9 Descontos concedidos
- 2.2.10 Resultado GRP (audiência x inserções)
- 2.2.11 Cálculo CPM (Valor do programa x 1.000/impactos)
- 2.2.12 Valor total das exibições
- 2.2.13 Valor total da Comissão da Agência

3 PLANO DE MÍDIA - RÁDIO

3.1 ARGUMENTAÇÃO (Texto de no máximo 3 laudas que analise o perfil do público-alvo e as emissoras escolhidas).

3.2 PLANO DE MÍDIA (Planilha do Excel no modo paisagem) contendo:

- 3.2.1 Data das publicações
- 3.2.2 Nome das Rádios selecionadas
- 3.2.3 Público-alvo das Rádios selecionadas
- 3.2.4 Número de anúncios
- 3.2.5 Valor de cada anúncio
- 3.2.6 Valor total dos anúncios
- 3.2.7 Valor total da Comissão da Agência



4 PLANO DE MÍDIA - JORNAL

4.1 ARGUMENTAÇÃO (Texto de no máximo 3 laudas que analise o perfil do público-alvo e os jornais escolhidos).

4.2 PLANO DE MÍDIA (Planilha do Excel no modo paisagem) contendo:

4.2.1 Data das publicações

4.2.2 Nome dos Jornais selecionados

4.2.3 Público-alvo dos Jornais selecionados

4.2.4 Tiragem dos Jornais selecionados

4.2.5 Número de anúncios

4.2.6 Valor de cada anúncio

4.2.7 Valor total dos anúncios

4.2.8 Valor total da Comissão da Agência



ANEXO VI

BRIEFING

1 HISTÓRICO DA FACULDADE DE DIREITO DE FRANCA

Criada pela lei municipal nº 653, de 8 de agosto de 1957, sancionada pelo Prefeito Onofre Sebastião Gosuen, a Faculdade de Direito de Franca- FDF, depois de obter autorização do Presidente da República Juscelino Kubitschek de Oliveira para funcionamento (decreto nº 43.290, de 28.2.1958), foi oficialmente instalada em 28 de março de 1958, sendo nomeado Diretor o Dr. Benedito de Freitas Lino, advogado da Prefeitura. Foi reconhecida pelo Decreto Federal 50.126 de 26 de janeiro de 1961.

2 METAS ATINGIDAS

- 2.1 Qualificação do corpo docente por meio do incentivo ao Mestrado e Doutorado;
- 2.2 Incentivo à produção científica de docentes e alunos e a sua divulgação por meio de publicações próprias;
- 2.3 Internacionalização de sua atuação, por intermédio de convênios firmados com universidades estrangeiras, como: em Portugal, Universidade de Coimbra, Universidade do Minho e Universidade de Lisboa; na Espanha, a Universidade Francisco de Vitória.
- 2.4 Construção da Unidade II;
- 2.5 Reforma e ampliação da Unidade I;
- 2.6 Corpo docente constituído em sua maioria por doutores e mestres;
- 2.7 Ações de incentivo à qualificação docente e às atividades de pesquisa e iniciação científica;
- 2.8 Instalações físicas, biblioteca e equipamentos considerados altamente satisfatórios;
- 2.9 Trote Solidário realizado anualmente pelo Diretório Acadêmico 28 de Março;
- 2.10 Projeto de desenvolvimento institucional bem estruturado, atendendo ao estipulado no Art. 6º da Deliberação CEE 08/98.
- 2.11 Por conta da postura de comprometimento com a formação humanitária e ético-profissional de seus alunos, além da constante preocupação em devolver para a comunidade os benefícios do conhecimento, aplicados em ações de promoção humana, a Faculdade de Direito de Franca foi reconhecida pela ABMES – Associação Brasileira das Mantenedoras de Ensino Superior como uma Instituição Socialmente Responsável.
- 2.12 Detentora do “Selo de Qualidade” conferido pela Comissão de Ensino Jurídico do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil em todas as Edições do Selo.
Excelente índice no Exame Nacional Desempenho de Estudantes (ENADE) com a obtenção da média 4 (quatro).
- 2.13 O Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil (CFOAB) lançou, em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), o relatório *Exame de Ordem em Números* que disponibiliza dados e estatísticas nacionais e regionais. O relatório destaca as Instituições de Ensino Superior que mais aprovaram nos exames entre as edições XXVII à XXIX. O Estado de São Paulo aparece com o maior número de faculdades com as melhores taxas de aprovação média no Exame de Ordem Unificado (entre as edições XXVII à XXIX). Em matéria no site da OAB, foram listadas dezesseis IES, sendo onze privadas e cinco públicas. Entre as IES públicas e privadas, a Faculdade de Direito de Franca ocupa hoje, o 7º lugar no Estado de São Paulo e 49º lugar no ranking Brasil.
- 2.14 Além desses importantes reconhecimentos, a Faculdade de Direito de Franca se orgulha em ver seus formandos ingressarem em importantes organizações públicas e privadas.

3 MEIOS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS COM OS PÚBLICOS INTERNOS

- 3.1 Site <http://www.direitofranca.br>;
- 3.2 Portal do aluno;



- 3.3 E-mail;
- 3.4 Facebook;
- 3.5 Instagram.

4 MEIOS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS COM OS PÚBLICOS EXTERNOS

- 4.1 Site <http://www.direitofranca.br>;
- 4.2 Cartazes e folders;
- 4.3 Anúncios patrocinados no Facebook;
- 4.4 Anúncios patrocinados no Instagram;
- 4.5 Jornais locais;
- 4.6 Rádios locais FM;
- 4.7 Rádios FM de Ribeirão Preto;
- 4.8 Outdoor em Franca e cidades da Região.

5. INFORMAÇÕES DO VESTIBULAR

5.1 O Vestibular da Faculdade de Direito de Franca é realizado pela VUNESP. O período de inscrição será de 03 de outubro de 2021 a 3 de janeiro de 2022. A prova será realizada no dia 15 de janeiro de 2022 nas dependências da Instituição.

5.2 Nos últimos 5 vestibulares, o número de inscritos efetivamente pagos foi o seguinte:

- 2017: 1.373
- 2018: 1.294
- 2019: 1.191
- 2020: 1.008
- 2021: 769

6.OBJETIVO DA CAMPANHA DO VESTIBULAR 2022

- 6.1 Fortalecer a marca e divulgar a Instituição;
- 6.2 Divulgar as informações para a Inscrição no Vestibular 2022;
- 6.3 Promover maior identificação com o público-alvo;
- 6.4 Destacar os diferenciais da Instituição;
- 6.5 Ressaltar as grandes aprovações dos alunos no Exame da Ordem;
- 6.6 Aumentar o número de inscritos em 20% sobre a média dos últimos 5 anos.

7 PÚBLICO-ALVO DO VESTIBULAR 2022

- 7.1 Jovens na faixa etária de 16 a 23 anos;
- 7.2 Pais (influenciadores).

8 AÇÕES ANTERIORES DAS CAMPANHAS DO VESTIBULAR

- 8.1 Veiculação de placas de Outdoor em Franca e região;
- 8.2 Anúncios em Jornais de Franca;
- 8.3 Anúncios em Rádios FM de Franca;
- 8.4 Anúncios em Rádios FM de Ribeirão Preto;
- 8.5 Distribuição de Folders em Franca e região;
- 8.6 Ações de divulgação no Franca Shopping;
- 8.7 Envio de anúncios para mailing da Vunesp;
- 8.8 Publicação de Vídeo 30" no Youtube;
- 8.9 Anúncios patrocinados (banners e vídeos) em mídias sociais;
- 8.10 Veiculação de banners e vídeos na rede de display do Google;
- 8.11 Veiculação de hot site do Vestibular para inscrição.

9 DIRETRIZES DOS OBJETOS DA LICITAÇÃO - VESTIBULAR FDF – 2022



9.1 INTERNET

9.1.2 Banners em mídias digitais: criação de layouts para banners de divulgação do Vestibular 2022 no período de 11/11/2021 a 03/01/2022, sendo: postagens semanais com layouts e formatos variados (stories e feed) e adaptados para cada uma das seguintes mídias: Facebook, Instagram, LinkedIn e YouTube. Os modelos selecionados e layouts desenvolvidos deverão ser aprovados pela direção da FDF.

9.1.3 Desenvolvimento e análise de campanhas no Google: criação de campanhas para divulgação do Vestibular 2022, no período 11/11/2021 a 03/01/2022. A campanha proposta deverá ser aprovada pela direção da FDF.

9.1.4 Banner em website da FDF: criação de layouts para banners de divulgação dos do Vestibular 2022 sendo: 3 para o período de inscrição, 1 para encerramento das matrículas, 1 para resultado do vestibular e 3 para chamadas dos aprovados. O layout desenvolvido deverá ser aprovado pela direção da FDF

9.1.5 Vídeo Comercial em duas versões 15” e 30”: roteirização e produção de vídeos (locução + trilha branca) a serem patrocinados em Mídias Digitais (Facebook, Instagram, LinkedIn e Google (vídeos) para a divulgação do Vestibular 2022 no período de 11/11/2021 a 03/01/2022. O vídeo também será veiculado na TV aberta. O roteiro e modelos selecionados deverão ser aprovados pela direção da FDF antes da produção.

9.1.6 Roteiro e produção de Vídeos/depoimentos de alunos - 30 a 40”: roteirização e produção de vídeos a serem patrocinados em Mídias Digitais para a divulgação do Vestibular 2022 no período de 11/11/2021 a 03/01/2022, sendo: 8 vídeos/depoimentos com duração de 40” cada, com vinheta de abertura (elementos gráficos e animação). Os alunos serão selecionados pela faculdade. O roteiro dos vídeos deverá ser aprovado pela direção da FDF antes da produção.

9.1.7 Hotsite Vestibular 2022: criação de layout e desenvolvimento de hotsite com banners de Apresentação da Campanha do Vestibular 2022, abordando informações essenciais da Instituição, informações do Vestibular, Link para inscrição no site da Vunesp e fotos da estrutura física. Deverão ser utilizados cookies para identificação de visitas e emissão de relatórios semanais para análise dos resultados. O layout deverá ser aprovado pela direção da FDF.

9.2 INVESTIMENTO LIVRE

9.2.1 Anúncios em outras mídias digitais: criação de layouts para outras mídias de grande acesso do público-alvo para divulgação do Vestibular 2022 a serem selecionadas pela Agência, para serem veiculadas no período de 11/11/2021 a 03/01/2022. Os modelos selecionados e layouts desenvolvidos deverão ser aprovados pela direção da FDF.

9.3 TV ABERTA

9.3.1 Vídeo Comercial em duas versões 15” e 30”: roteirização e produção de vídeos (locução + trilha branca) a serem veiculados em TV aberta para a divulgação do Vestibular 2022 no período de 11/11/2021 a 03/01/2022. O roteiro dos vídeos deverá ser aprovado pela FDF antes da produção. O vídeo também será utilizado nas mídias digitais.

9.4 RÁDIO

9.4.1 Spot 30” para rádio: roteirização e produção de áudio (locução + trilha branca) para divulgação do Vestibular 2022, no período de 11/11/2021 a 03/01/2022. O roteiro deverá ser aprovado pela direção da FDF antes da produção.

9.5 JORNAL DIGITAL

9.5.1 Anúncio em Jornal Digital: criação layout para anúncio colorido (4 cores) em formato rodapé, para divulgação do Vestibular 2022, a serem veiculados no período de 11/11/2021 a 03/01/2022. O layout deverá ser aprovado pela direção da FDF.

9.6 CAMPANHA DE ATIVAÇÃO

9.6.1 Campanha de Ativação: desenvolvimento de ações e abordagens em locais específicos para divulgação do Vestibular 2022, maior aproximação e engajamento com o público-alvo. A Campanha de Ativação deverá ser aprovada pela direção da FDF antes da realização.



10. INFORMAÇÕES DOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO

A Faculdade de Direito de Franca possui 2 Cursos de Pós-Graduação *lato sensu*: Direito Processual Civil Empresarial e Direito Trabalhista e Previdenciário, ambos habilitam para a docência. No ano de 2021 teve início a sétima turma de Direito Processual Civil Empresarial e a quinta turma de Direito Trabalhista e Previdenciário.

10.1 O Curso de Pós-Graduação *lato sensu* em “**Direito Processual Civil Empresarial**” busca capacitar profissionais de diferentes áreas do conhecimento, visando à tomada de decisão em questões atinentes ao Direito Processual Civil e ao Direito Empresarial e possibilitará o conhecimento das recentes transformações desses ramos do Direito. O curso tem por base um enfoque reflexivo dos temas mais relevantes e controvertidos, tais como, a constitucionalização de institutos e princípios processuais civis, as ações judiciais, as normas processuais aplicáveis às relações e os interesses empresariais.

10.2 O Curso de Pós-Graduação *lato sensu* em “**Direito Trabalhista e Previdenciário Aplicado e Avançado**” foi desenvolvido com o intuito de oferecer aos alunos uma formação completa na preparação dos operadores do Direito e, principalmente, do advogado que atua nas áreas trabalhista e previdenciária. Objetiva também a formação de profissionais com interesse na área da docência para o ensino superior, em razão da carência de referidos profissionais, bem como o desenvolvimento da capacidade de pesquisa e a ampliação do raciocínio crítico.

1.3 Os Cursos são elogiados por todos os alunos egressos em virtude da qualidade das aulas e pelo corpo docente formado por professores renomados e de destaque nacional.

11. OBJETIVO DA CAMPANHA DE PÓS-GRADUAÇÃO

- 11.1 Fortalecer a marca e divulgar a Instituição;
- 11.2 Divulgar as informações para a matrícula nos Cursos de Pós-Graduação *lato sensu*;
- 11.3 Promover maior identificação com o público-alvo;
- 11.4 Destacar a qualidade do corpo docente formado por profissionais reconhecidos nacionalmente;
- 11.5 Ressaltar que o Curso permite a Docência no Ensino Superior;
- 11.6 Alcançar o número de 30 matrículas por curso.

12 PÚBLICO-ALVO DA PÓS-GRADUAÇÃO

- 12.1 Jovens recém-formados na faixa dos 23 anos que buscam aprofundar seus conhecimentos;
- 12.2 Pessoas já formadas há algum tempo que buscam um diferencial para se destacarem no mercado de trabalho.

13 AÇÕES ANTERIORES DAS CAMPANHAS DA PÓS-GRADUAÇÃO

- 13.1 Veiculação de placas de Outdoor em Franca e região;
- 13.2 Anúncios em Jornais de Franca;
- 13.3 Distribuição de Folders (OABs da região);
- 13.4 Ações de divulgação no Franca Shopping;
- 13.5 Anúncios patrocinados (banners e vídeos) em mídias sociais;
- 13.6 Veiculação de banners e vídeos na rede de display do Google;
- 13.7 Veiculação de banner no site da FDF.

14 DIRETRIZES DOS OBJETOS DA LICITAÇÃO – PÓS-GRADUAÇÃO FDF – 2022



14.1 INTERNET

14.1.1 Layout para banners em mídias digitais: criação de layouts para banners de divulgação dos Cursos de Pós-Graduação no período de 01/12/2021 a 31/03/2022, sendo: postagens semanais com layouts e formatos diferentes (stories e feed) e adaptados para cada uma das seguintes mídias: Facebook, Instagram, LinkedIn e YouTube. Os modelos selecionados e layouts desenvolvidos deverão ser aprovados pela direção da FDF.

14.1.2 Desenvolvimento e análise de campanhas no Google: criação de campanhas para divulgação da Pós-Graduação no período de 01/12/2021 a 31/03/2022. A campanha proposta deverá ser aprovada pela direção da FDF.

14.1.3 Banner em website da FDF: criação de layout para banner de divulgação dos Cursos de Pós-Graduação. O layout desenvolvido deverá ser aprovado pela direção da FDF

14.1.4 Vídeo Comercial em duas versões 15” e 30”: roteirização e produção de vídeos (locução + trilha branca) a serem patrocinados em Mídias Digitais para a divulgação dos Cursos de Pós-Graduação no período de 01/12/2021 a 31/03/2022. O roteiro e modelos selecionados deverão ser aprovados pela direção da FDF antes da produção.

14.1.5 Roteiro e produção de Vídeos /depoimentos de alunos 30 a 40”: roteirização e produção de vídeos a serem patrocinados em Mídias Digitais para a divulgação dos Cursos de Pós-Graduação no período de 01/12/2021 a 31/03/2022, sendo: 8 vídeos/depoimentos com duração de 40” cada, com vinheta de abertura (elementos gráficos e animação). Os alunos serão selecionados pela faculdade. O roteiro dos vídeos deverá ser aprovado pela direção da FDF antes da produção.

14.2 INVESTIMENTO LIVRE

14.2.1 Anúncios em outras mídias digitais: criação de layouts para outras mídias de grande acesso do público-alvo para divulgação dos Cursos de Pós-Graduação a serem selecionadas pela Agência, para serem veiculadas no período de 01/12/2021 a 31/03/2022. Os modelos selecionados e layouts desenvolvidos deverão ser aprovados pela direção da FDF.

14.3 CAMPANHA DE ATIVAÇÃO

14.4 Campanha de Ativação: desenvolvimento de ações e abordagens em locais específicos para divulgação dos Cursos de Pós-Graduação, maior aproximação e engajamento com o público-alvo. A Campanha de Ativação deverá ser aprovada pela direção da FDF antes da realização.



ANEXO V

MODELO DE DECLARAÇÃO – ART. 7º CF
MODELO DE DECLARAÇÃO DE OBSERVÂNCIA AO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO
ART. 7.º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

(apresentação obrigatória)

Deve ser impressa em papel timbrado da empresa participante na licitação

PROCESSO ADMINISTRATIVO: Nº 53/2021

PROTOCOLO Nº 356/2021

MODALIDADE: CONVITE Nº 01/2021

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA CRIAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA E INTERMEDIÇÃO, AGINDO POR CONTA E ORDEM DA FDF, NA AQUISIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO PARA VEICULAÇÃO DE ANÚNCIOS CONFORME MEMORIAL DESCRITIVO DESTES PROCESSO LICITATÓRIO.

PROPONENTE:

CNPJ:

ENDEREÇO:

Declaramos, para os fins de direito que esta empresa cumpre integralmente a norma contida na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, do art. 7º, inciso XXXIII, a saber:

“(…) proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito anos e qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz a partir de quatorze anos”.

Esta declaração é parte integrante da documentação exigida pelo Edital da licitação, CONVITE Nº 01/2021, da Faculdade de Direito de Franca, e por ela responde integralmente a declarante.

Por ser a expressão da verdade, firmamos a presente.

(local e data)

Nome completo do Declarante
CPF
Cargo



ANEXO VI

MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE IMPEDITIVO

(Apresentação obrigatória)

Deve ser impressa em papel timbrado da empresa participante na licitação

PROCESSO ADMINISTRATIVO: Nº 53/2021

PROTOCOLO Nº 356/2021

MODALIDADE: CONVITE Nº 01/2021

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA CRIAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA E INTERMEDIÇÃO, AGINDO POR CONTA E ORDEM DA FDF, NA AQUISIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO PARA VEICULAÇÃO DE ANÚNCIOS CONFORME MEMORIAL DESCRITIVO DESTES PROCESSO LICITATÓRIO.

A Empresa _____, sediada na Rua _____, nº _____, cidade _____, estado de _____, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) sob o nº _____, por seu representante legal (nome) _____, CPF _____, DECLARA, sob as penas da lei, a INEXISTENCIA de fatos supervenientes à data de expedição do Registro Cadastral apresentado, que impossibilitem sua participação na CONVITE Nº 01/2021, pois que continuam satisfeitas as exigências previstas no art. 27 da Lei 8.666/93, e suas alterações.

(local e data)

(assinatura)



ANEXO VII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO ME/EPP (PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE)

PROCESSO ADMINISTRATIVO: Nº 53/2021
PROTOCOLO Nº 356/2021
MODALIDADE: CONVITE Nº 01/2021
TIPO: TÉCNICA E PREÇO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA CRIAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA E INTERMEDIÇÃO, AGINDO POR CONTA E ORDEM DA FDF, NA AQUISIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO PARA VEICULAÇÃO DE ANÚNCIOS CONFORME MEMORIAL DESCRITIVO DESTES PROCESSO LICITATÓRIO.

A Empresa....., inscrita no CNPJ nº, por intermédio de seu representante legal o (a) Sr (a), portador (a) da Carteira de Identidade RG nº e do CPF nº DECLARA, sob as penas da Lei, que cumpre os requisitos legais para a qualificação como MICROEMPRESA-ME, ou EMPRESA DE PEQUENO PORTE-EPP, estando apta a usufruir do tratamento favorecido estabelecido nos artigos 42 a 49 da LEI COMPLEMENTAR Nº 123, de 14/12/2006.

_____, ____ de _____ de 2019

Carimbo e assinatura do Representante legal da empresa



ANEXO VIII

MINUTA DO TERMO DE CONTRATO

CONTATO QUE ENTRE SI FIRMAM A FACULDADE DE DIREITO DE FRANCA E A EMPRESA,

_____, PARA CRIAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA E INTERMEDIÇÃO AGINDO POR CONTA E ORDEM DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR NA AQUISIÇÃO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO PARA VEICULAÇÃO DOS ANÚNCIOS DESCRITOS NO MEMORIAL DESCRITIVO DA CONVITE 01/2021.

CONTRATO N° ____/2021

OBJETO:

CONVITE N° 01/2021

EDITAL N° 33/2021-

PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 53/2021

PROTOCOLO N° 0356/2021 DE 21/10/2021 FLS. 29 LIVRO 2

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

CONTRATADA:

ENDEREÇO:

CEP:

CNPJ:

TEL:

REPRESENTANTE:

CPF:

RG:

E-MAIL:

A Faculdade de Direito de Franca, localizada na Av. Major Nicácio, 2377, bairro São José, na cidade de Franca, no Estado de São Paulo, inscrito no CNPJ sob o número 54.157.748/0001- 21, neste ato representado por seu Diretor, Dr. José Sérgio Saraiva, brasileiro, Advogado e Professor Universitário, portador do RG n.º _____, inscrito no CPF/MF sob o n.º _____, a seguir denominado simplesmente CONTRATANTE, e, de outro lado, a Empresa _____, inscrita no CNPJ sob o número _____, estabelecida na Rua _____, n.º _____, bairro _____, CEP: _____, Cidade de _____, Estado de _____, neste ato representada por _____, _____, portador do RG n.º _____ emitida pela _____, CPF n.º _____, residente e domiciliado na cidade de _____, na Rua _____, n.º _____, daqui por diante denominada simplesmente CONTRATADA, têm entre si justo e avençado e celebram por força do presente instrumento, em conformidade com o disposto na Lei n.º 8.666/93, contrato de prestação de serviços, cujo objeto é a contratação agência de publicidade para criação de Plano de Mídia e intermediação agindo por conta e ordem desta Instituição de Ensino Superior na aquisição de espaço publicitário para veiculação dos anúncios descritos no memorial descritivo do CONVITE 01/2021, Processo Licitatório n.º 53/2021.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1,1 Contratação de Agência de Publicidade para criação de Plano de Mídia e intermediação agindo por conta e ordem desta Instituição de Ensino Superior na aquisição de espaço publicitário para veiculação



ou apresentação de qualquer desses documentos, justificando a ocorrência.;

6.1.2 OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1.2.1 Fornecer à Contratada, em tempo hábil, o material a ser veiculado conforme as especificações necessárias;

6.1.2.2 Prestar todos os esclarecimentos solicitados pela Contratada;

6.1.2.3 Manter um profissional da área de marketing como contato em relação à Contratada;

6.1.2.4 Proporcionar todas as facilidades necessárias à boa execução deste Contrato, inclusive comunicando à CONTRATADA, por escrito e tempestivamente, qualquer mudança de administradora ou endereço de cobrança;

6.1.2.5 Proceder pontualmente aos pagamentos devidos à CONTRATADA.

6.2 As obrigações contratuais são de responsabilidade exclusiva da CONTRATADA. A CONTRATANTE não aceitará, sob nenhum pretexto, a transferência dessa responsabilidade para outras pessoas físicas ou jurídicas.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

7.1 CONTRATANTE, respeitado o direito de defesa prévia, poderá aplicar as seguintes penalidades à CONTRATADA inadimplente:

7.1.1 Advertência;

7.1.2 Suspensão temporária de participação em Licitações e impedimento de contratar com a Administração Pública, por prazo não superior a 02 (dois) anos;

7.1.3 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes de punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, a qual será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo de sanção aplicada com base na alínea anterior.

7.2 Em caso de descumprimento de obrigação contratual punível com aplicação de multa, o valor correspondente à sanção aplicável será deduzido do pagamento eventualmente devido pela CONTRATANTE e retido, até que seja proferida decisão final acerca da aplicação da penalidade.

7.3 No caso de insuficiência ou inexistência de crédito em favor da CONTRATADA, o recolhimento da multa aplicada deverá ser por ela efetivado, mediante depósito bancário na conta corrente da CONTRATANTE, no Banco do Brasil, no prazo improrrogável de 10 (dez) dias da data da notificação.

7.4 Decorrido o prazo previsto no parágrafo anterior, sem que a CONTRATADA tenha comprovado junto à CONTRATANTE o recolhimento do valor correspondente à multa aplicada, o débito será encaminhado para inscrição na Dívida Ativa da Faculdade de Direito de Franca para cobrança judicial.

7.5 A aplicação das penalidades de que trata esta cláusula não exime a CONTRATADA de corrigir as irregularidades que lhes deram causa.

CLÁUSULA OITAVA - DOS RECURSOS

8.1 Dos atos da Administração cabe recurso, obedecido ao disposto no art. 109 da Lei nº 8.666/93.

8.2 O recurso interposto deverá ser protocolizado no Setor de Compras da Faculdade de Direito de Franca, localizado na Av. Major Nicácio, 2377, bairro São José, Franca-SP, de segunda a sexta-feira, das 08h30min às 16h30min.

CLÁUSULA NONA - NATUREZA DA DESPESA

9.1 A despesa decorrente deste contrato correrá à conta da seguinte dotação orçamentária:

Ficha- 24 - Graduação

Elemento: 33.90.39- Outros Serviços de Terceiros- Pessoa Jurídica

Subelemento: 33.90.39.88.002- Publicidade Institucional.

Ficha- 26 – Pós-Graduação

Elemento: 33.90.39- Outros Serviços de Terceiros- Pessoa Jurídica

Subelemento: 33.90.39.88.002- Publicidade Institucional.



CLÁUSULA DÉCIMA - VIGÊNCIA

10.1 A vigência do presente contrato bem como a prestação dos serviços nele contratado será de um ano, a contar da data de assinatura.

10.2 Havendo prorrogação do contrato, os valores serão reajustados pelo índice do IPCA, do IBGE, tendo como base de cálculo a data em que a contratada apresentou sua proposta de preço

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR

11.1 Fazem parte integrante do presente contrato, independentemente de transcrição, o Edital Modalidade CONVITE 01/2021, seus anexos, a Proposta de Preço da CONTRATADA e sua documentação de habilitação, constantes do Processo.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO INADIMPLEMENTO CONTRATUAL

12.1 A inexecução total ou parcial deste contrato enseja a sua rescisão, com as consequências contratuais e as previstas em lei.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DO FORO

13.1 Fica eleito o Foro da Comarca de Franca, Estado de São Paulo, para dirimir quaisquer dúvidas ou contestações oriundas direta ou indiretamente deste Contrato, que não possam ser resolvidas por meios administrativos, renunciando-se expressamente a qualquer outro, por mais privilegiado que seja. E para firmeza e como prova de assim haverem entre si ajustado e contratado, é lavrado o presente contrato, que, depois de lido e achado conforme, é assinado pelas partes contratantes, em 3 (três) vias de igual teor e de mesmos efeitos legais.

Franca-SP, _____ de _____ de _____.

Contratante
Prof. Dr. José Sérgio Saraiva
Faculdade de Direito de Franca

Contratada

Testemunhas:

1) _____ 2) _____
Nome: R. G. N°.



ANEXO IX
TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO
(Contratos)

CONTRATANTE: _____
CONTRATADO: _____
CONTRATO Nº (DE ORIGEM): _____
OBJETO: _____
ADVOGADO (S)/ Nº OAB: (*) _____

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:

- a) o ajuste acima referido estará sujeito a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;
- b) poderemos ter acesso ao processo, tendo vista e extraíndo cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, conforme dados abaixo indicados, em consonância com o estabelecido na Resolução nº 01/2011 do TCESP;
- c) além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;
- d) Qualquer alteração de endereço – residencial ou eletrônico – ou telefones de contato deverá ser comunicada pelo interessado, peticionando no processo.

2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:

- a) O acompanhamento dos atos do processo até seu julgamento final e consequente publicação;
- b) Se for o caso e de nosso interesse, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito de defesa, interpor recursos e o que mais couber.

Franca, __ de ____ de 2021.

GESTOR DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome: _____
Cargo: _____
CPF: _____ RG: _____
Data de Nascimento: ____/____/____
Endereço residencial completo: _____
E-mail institucional _____
E-mail pessoal: _____
Telefone(s): _____
Assinatura: _____

Responsáveis que assinaram o ajuste:

Pelo CONTRATANTE:

Nome: _____
Cargo: _____
CPF: _____ RG: _____
Data de Nascimento: ____/____/____
Endereço residencial completo: _____
E-mail institucional _____
E-mail pessoal: _____
Telefone(s): _____



Assinatura: _____

Pela CONTRATADA:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____ RG: _____

Data de Nascimento: ____/____/____

Endereço residencial completo: _____

E-mail institucional _____

E-mail pessoal: _____

Telefone(s): _____

Assinatura: _____

Advogado:

(*) Facultativo. Indicar quando já constituído, informando, inclusive, o endereço eletrônico.