

RECIBO DE RETIRADA DE EDITAL PELA INTERNET

Tomada de preços nº 04/2009
Processo nº 05/2009

Razão Social:	
CNPJ:	
Endereço:	
Cidade:	Estado:
Telefone:	Fax:
e-mail:	
Pessoa para contato:	
<p>Recebemos, através do acesso à página www.facef.br nesta data, cópia do instrumento convocatório da licitação acima identificada.</p> <p>Local: _____, _____, de _____ de 2009.</p> <p>_____</p> <p>Assinatura</p>	

Senhor Licitante,

Visando comunicação futura entre o Centro Universitário 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@facef.br ou alternativamente pelo fone/fax: (16) 3713-4615.

A não remessa do recibo exime o Centro Universitário de Franca da responsabilidade da comunicação por meio de fax ou 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 para eventuais comunicações e ou esclarecimentos disponibilizados acerca do processo licitatório.

EDITAL DE LICITAÇÃO

PROCESSO Nº 05/2009
TOMADA DE PREÇOS Nº 04/2009
TIPO: MELHOR TÉCNICA

O Centro Universitário de Franca (Uni-FACEF), Autarquia Municipal criada pela Lei Nº 1.143 de 09/10/1963, inscrita no CNPJ nº 47.987.136/0001-09, através da CPL – Comissão Permanente de Licitação, nomeada pela Portaria nº 09/2009 e da Comissão Técnica, nomeada pela Portaria nº 23/2009, torna pública a abertura de Licitação, através do presente instrumento, nos termos da Lei nº 8.666, de 21/06/93 e suas alterações, Lei Complementar nº 123 de 14/12/2006, na modalidade **TOMADA DE PREÇOS**, tipo **MELHOR TÉCNICA**, para **contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de publicidade institucional para o Centro Universitário de Franca**, segundo as condições estabelecidas no presente edital e nos seus anexos, cujos termos, igualmente, o integram.

1 – OBJETO

- 1.1 O presente processo de licitação tem por objeto **A CONTRATAÇÃO DE UMA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL PARA O CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA**, por um período inicial de 06 (seis) meses, podendo ser estendido por iguais períodos ou frações, observado o disposto no artigo 57, inciso II e no artigo 23 inciso II alínea “b” da Lei Federal 8666/93;
- 1.2 Objetiva a presente licitação contratar uma agência de publicidade e propaganda, para serviços de planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação, controle e acompanhamento de campanhas e peças publicitárias institucionais, de identidade visual, planejamento e montagem de estandes em feiras, exposições e organização de eventos, dentre eles os seguintes:
 - a) Campanha Institucional do Uni-FACEF – Centro Universitário de Franca;
 - b) Identidade visual do Uni-FACEF;
 - c) Vestibular Uni-FACEF;
 - d) Cursos de graduação, pós-graduação (*stricto e lato sensu*), de especialização e extensão;
 - e) Anúncios para jornais de datas comemorativas (dia do professor, do servidor, aniversário da Instituição, etc.);
 - f) Anúncios diversos;

2 – ANEXOS DO EDITAL

Integram este edital os seguintes ANEXOS:

- 2.1 ANEXO I - Briefing
- 2.2 ANEXO II - Minuta Contratual
- 2.3 ANEXO III – Modelo de Planilha de Preços para Valoração
- 2.4 ANEXO IV – Modelo de Declaração de observância ao disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal
- 2.5 ANEXO V – Modelo de declaração de microempresa e empresa de pequeno porte

3 - IMPEDIMENTOS

Estarão vedadas de participar desta licitação as empresas que se encontrarem em qualquer das seguintes condições:

- a) consórcio de empresas, qualquer que seja a sua constituição;
- b) suspensas do direito de licitar e contratar com qualquer esfera da Administração Pública e/ou que estejam cumprindo penalidade de suspensão temporária para licitar e contratar com esta autarquia municipal;
- c) declaradas inidôneas e não reabilitadas, vigente à penalidade imposta pela autoridade federal, estadual ou municipal;
- d) sob regime de falência ou concordata;
- e) impedidas de licitar e contratar nos termos do art. 7º da Lei 10.520/02;
- f) que possuam funcionário do Centro Universitário de Franca como dirigente, gerente, acionista ou detentor de mais de 5% do capital com direito à voto ou controlador, responsável técnico ou subcontratado, nos termos do art 9º da Lei 8.666/93.

4 - DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO, PROPOSTA TÉCNICA E PROPOSTA COMERCIAL

4.1 Os envelopes Nº1 – Habilitação, nº 2 – Proposta Técnica e Nº 3 – Proposta Comercial, deverão ser entregues até as 08h15 horas do dia 28 de setembro de 2009, na Tesouraria do Uni-FACEF, localizada na Unidade I do Uni-FACEF, à Av. Major Nicácio nº 2433, no município de Franca, estado de São Paulo. Os documentos exigidos para a habilitação, proposta técnica e proposta comercial deverão ser apresentados, separadamente, em 03 (três) envelopes opacos e lacrados, contendo, obrigatoriamente, em suas partes externas, **além da razão social da empresa proponente**, os seguintes dizeres:

No envelope nº. 1:

ENVELOPE Nº 1
TOMADA DE PREÇOS Uni-FACEF Nº 04/2009
HABILITAÇÃO
OBJETO: contratação de agência de publicidade
ABERTURA: 28/09/2009 às 08h30 horas

No envelope nº. 2:

ENVELOPE Nº 2
TOMADA DE PREÇOS Uni-FACEF Nº 04/2009
PROPOSTA TÉCNICA
OBJETO: contratação de agência de publicidade

No envelope nº. 3

ENVELOPE Nº 3
TOMADA DE PREÇOS Uni-FACEF Nº 04/2009
PROPOSTA COMERCIAL

OBJETO: contratação de agência de publicidade

4.2 Poderão participar quaisquer Pessoas Jurídicas legalmente constituídas com atividade pertinente ao objeto da licitação, que possuam cadastro atualizado no setor de licitações da Prefeitura Municipal de Franca ou qualquer outro órgão da Administração Pública municipal, estadual ou federal, devendo apresentar dentro do **Envelope nº. 1 “HABILITAÇÃO”** os seguintes documentos:

- a) Certificado de Registro Cadastral da Prefeitura Municipal de Franca ou de qualquer outro órgão da Administração Pública municipal, estadual ou federal, fornecido com base na Lei 8.666/93, e os seguintes documentos dentro do seu prazo de validade:
- b) Prova de Regularidade quanto à Fazenda Federal e Quanto a Dívida Ativa da União;
- c) Prova de Regularidade quanto à Fazenda Estadual;
- d) Prova de Regularidade quanto à Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante;
- e) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social (INSS) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por Lei.
- f) Declaração conforme art. 7º, XXXIII da Constituição Federal (vide ANEXO IV);
- g) Declaração de que a empresa não foi declarada inidônea nas esferas Federal, Estadual e Municipal, estando apta a participar de licitações.
- h) registro na Junta Comercial ou repartição correspondente no caso de empresa individual;
- i) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrados, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhados da ata, regularmente arquivada, da eleição da atual diretoria;
- j) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- k) decreto de autorização, em se tratando 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;
- l) prova de inscrição no CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas);
- m) Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, devidamente assinado pelo contador com registro no CRC, que comprovem a boa situação financeira da licitante, vedada a substituição por balancetes ou balanços

provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de três (03) meses da data de apresentação da proposta.

O índice de liquidez (IL), que deverá ser igual ou superior a um inteiro (1,0), será avaliado pela Comissão Permanente de Licitação, tendo por base o balanço patrimonial e demonstrações contábeis e financeiras do último exercício social e resultará da aplicação da seguinte fórmula: $IL = AC / PC$

Onde: IL = Índice de Liquidez
AC = Ativo Circulante
PC = Passivo Circulante

- n) O mínimo de 01 (um) atestado de capacidade técnica, emitido por órgão da administração pública ou por empresa privada, para os quais a proponente tenha prestado ou esteja prestando serviços compatíveis aos do objeto desta licitação (prestação de serviços de publicidade e propaganda), devendo estar expressos nos atestados o nome e o cargo da pessoa signatária;
- o) Declaração de que manterá em Franca, durante toda a execução contratual, a estrutura necessária à execução dos serviços contratados.
- p) Relação expressa contendo o nome e o currículo resumido dos profissionais devendo ser rubricada por todos os profissionais indicados e assinada pelo responsável legal da empresa.
- q) certidão negativa de falência ou concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, com prazo de emissão não superior a 30 (trinta) dias da data prevista para abertura dos envelopes.
- r) Declaração expressa, da proponente, de que não está enquadrada em nenhum dos impedimentos elencados no item 3 e subitens das Normas Gerais deste Edital;
- s) Compromisso por escrito de que, sendo contratada em decorrência da adjudicação do objeto ora licitado, não fará nenhum tipo de trabalho de criação, produção, veiculação e que não manterá qualquer vínculo comercial ou promocional com Instituições de ensino, médio, superior e de extensão concorrentes, garantindo exclusividade ao Uni-FACEF durante toda a execução contratual. Em anexo, a licitante deverá apresentar relatório de todos os seus atuais clientes, indicando o ramo de atividade, data de início do atendimento, prazo contratual e principais serviços prestados.
- t) Declaração conforme modelo do ANEXO V – somente no caso de se enquadrarem como microempresa e empresa de pequeno porte.

4.2.1 Os documentos para HABILITAÇÃO poderão ser apresentados em sua versão original ou cópia autenticada ou, ainda, através de cópias simples a serem conferidas pela Comissão Permanente de Licitações, à vista dos respectivos originais.

4.2.2 As microempresas e empresas de pequeno porte, visando o exercício da preferência prevista na Lei Complementar nº. 123/06, deverão apresentar Declaração de acordo com o modelo estabelecido no ANEXO V deste edital DENTRO do envelope HABILITAÇÃO;

4.2.2.1 As **microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para fins de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição;**

4.2.2.2 Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 02 (dois) dias úteis, a contar da publicação da homologação do certame, prorrogáveis por igual período, a critério desta autarquia, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

4.3 O **Envelope Nº 2 (dois)** deverá conter, sob pena de desclassificação da proposta **técnica**, os documentos necessários para o integral atendimento dos seguintes quesitos:

4.3.1 Capacidade de Atendimento: textos em que a licitante apresentará:

- a) relação nominal de, no máximo, 05 (cinco) clientes atendidos pela licitante nos últimos 24 meses, com a especificação do período de atendimento de cada um dos clientes;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV e cinema, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) termo de compromisso de que manterá em Franca, durante toda a execução contratual, a estrutura necessária à execução dos serviços contratados;
- d) a sistemática de atendimento e prazos de criação e conclusão de campanha institucional, incluindo peças publicitárias e elaboração de plano de mídia;
- e) a descrição das informações, produtos, metodologias e técnicas de comunicação e marketing que colocará regularmente à disposição do Uni-FACEF, durante a execução do contrato.

4.3.2 Repertório: apresentação de um trabalho já produzido e veiculado pela licitante, incluindo descrição do problema que a agência se propôs a resolver. Referente ao mesmo trabalho, a licitante poderá apresentar peças produzidas para diferentes meios de veiculação: TV, rádio, jornal, revista dentre outros. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, data de produção, período de veiculação e a indicação dos veículos que a divulgaram. Os vídeos deverão ser fornecidos em mídias de DVD-R; o spot ou jingle deverá ser fornecido em mídia de CD-R; e o anúncio de jornal/revista em original da publicação ou cópia reprográfica; (OBSERVAÇÃO: a mídia DVD e o CD poderão ser entregues, junto com os demais envelopes, em pacote separado,

lacrado, e devidamente identificado como parte integrante do Envelope nº 2 da proponente)

4.3.3 Plano de Comunicação Publicitária: a licitante apresentará um **Plano Simulado de Comunicação referente ao Vestibular 2010**, elaborado com base no Briefing (Anexo I).

4.3.3.1 Fica a critério da licitante a definição dos períodos de veiculação a serem considerados nesta simulação de mídia.

4.3.3.2 O plano deverá compreender os seguintes tópicos:

- a) **Raciocínio Básico:** texto de, no máximo, 5.000 caracteres de Word, com espaços, em que a licitante demonstrará seu conhecimento específico sobre as linhas estratégicas do UNI-FACEF, seus problemas e necessidades de comunicação, explanados no Briefing – ANEXO I deste Edital;
- b) **Estratégia de Comunicação Publicitária:** texto de, no máximo, 5.000 caracteres de Word, com espaços, em que a licitante apresentará o conceito e a linha temática que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar o problema específico de comunicação e defender essa opção, sendo que a estratégia deverá incluir não apenas os meios convencionais, mas também os eletrônicos (Internet, Twitter, etc);
- c) **Idéia Criativa:**
 - c1) texto de até 5.000 caracteres de Word, com espaços, em que a licitante apresentará a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que deverá assumir a forma de um slogan passível de ser usado em ações de comunicação. A idéia criativa deve constituir uma proposta de solução para o problema específico de comunicação;
 - c2) como parte do tópico “idéia criativa”, a licitante apresentará campanha publicitária, com exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos datilografados ou impressos em processador de textos, limitado a duas opções de idéias para cada tipo de peça.
- d) **Estratégia de Mídia:** texto de, no máximo, 5.000 caracteres de Word, com espaços (não computados o plano de distribuição das peças e as tabelas), em que a licitante deverá, de acordo com as informações do Briefing:
 - d1) demonstrar capacidade para atingir os principais públicos-alvo da campanha, permitida a inclusão de tabelas e/ou gráficos;
 - d2) indicar o uso dos recursos de comunicação próprios da Entidade;
 - d3) apresentar simulação de plano de distribuição das peças de que trata a alínea c2 do tópico “Idéia Criativa” acompanhada de texto em que se explicitem e justifiquem as premissas.

4.4.3.3. A apresentação oral será obrigatória por um dos membros da agência. O responsável deverá apresentar instrumento público de procuração ou procuração particular assinada pelo responsável legal da empresa (com

firma reconhecida) autorizando-os a participar, em nome da proponente, dos atos pertinentes à licitação. As apresentações serão realizadas por ordem de sorteio realizado no início da sessão e terão duração máxima de 40 (quarenta) minutos para cada licitante habilitado.

- 4.4** O envelope N° 3 (três) deverá conter, sob pena de desclassificação, a proposta comercial, relacionada com o objeto da licitação, digitada e impressa, sem emendas ou rasuras não ressalvadas, nem condições escritas à margem ou entrelinhas que permitam ou mencionem a possibilidade de abatimento de preços ou concessão de outras vantagens a dano das demais proponentes, assinada por quem de direito e com todas as folhas rubricadas, devendo contemplar o seguinte:
- 4.4.1** Razão social da empresa proponente; número de registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ; número da inscrição estadual ou municipal e o nome legível do responsável que assinar a proposta;
- 4.4.2** **Planilha de Preços para Valoração**, a ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo III deste Edital;
- 4.4.3** **Declaração formal em papel timbrado da empresa e assinada pelo responsável** que a licitante aceita as seguintes condições de pactuação:
- 4.4.3.1** Pagamento de percentual máximo de 10% (dez inteiros por cento) sobre o valor do cachê original a ser pago a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, **em eventual reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado**, garantida a correção do valor inicialmente contratado, com base na variação do IGP - Índice Geral de Preços - Coluna 2 - DI, da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos; **Observação:** Atores, modelos e locutores serão, preferencialmente, alunos do Uni-FACEF, sendo que a contratação de terceiros somente poderá ser efetivada mediante autorização escrita do Uni-FACEF.
- 4.4.3.2** Pagamento de percentual máximo de 10% (dez inteiros por cento) sobre o valor original de direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças publicitárias, a ser pago aos detentores desses direitos **por eventual reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado**, garantida a correção do valor inicialmente contratado, com base na variação do IGP - Índice Geral de Preços - Coluna 2 - DI, da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;
- 4.4.3.3** Compromisso por escrito de formalizar sempre através de termo contratual a contratação de terceiros para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços. Nos ajustes contratuais deverá estar explicitada a cessão total e definitiva de uso das peças e do material bruto, bem como, deverá estar determinado o percentual pactuado para a reveiculação.
- 4.4.3.4** Compromisso por escrito que cederá , total e definitivamente, ao Uni-FACEF, os direitos patrimoniais de uso das idéias (incluídos os estudos , análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia) softwares, CDs, imagens brutas

em filme ou VT, composições, arranjos, execução de trilha sonora, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência do contrato, por tempo indeterminado.

4.4.3.5 Compromisso por escrito de entregar ao Uni-FACEF todo material bruto e original produzido em decorrência deste contrato (negativos, telecines, fitas betacam, DVD's, CD's, fotolitos e outros).

4.4.3.6 Compromisso por escrito que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos.

4.4.3.7 Compromisso por escrito de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos, apresentados ao Uni-FACEF, de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra consagrada incorporada à peça e os de cessão dos demais direitos;

4.4.3.8 Compromisso por escrito de sempre negociar as melhores condições de preço para os direitos de imagem e som de voz (atores, modelos e locutores) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do Uni-FACEF, até os limites declarados nos itens 4.4.3.1 e 4.4.3.2 deste Edital.

5 – DO PRAZO PARA A ENTREGA DOS ENVELOPES

5.1 Os envelopes Nº1 – Habilitação, nº 2 – Proposta Técnica e Nº 3 – Proposta Comercial, deverão ser entregues até as 08h15 horas do dia 28 de setembro de 2009, na Tesouraria do Uni-FACEF, localizada na Unidade I do Uni-FACEF, à Av. Major Nicácio nº 2433, no município de Franca, estado de São Paulo. Às 08h30 do dia 28/09/2009 na sala nº. 23 localizada na Unidade I do Uni-FACEF terá início a sessão pública de abertura dos envelopes apresentados Habilitação.

5.2 Nenhum envelope será recebido em local diverso ou após o prazo estabelecido no item acima.

5.3 Os representantes das empresas que comparecerem ao ato de abertura dos envelopes, ou a qualquer sessão pública referente a esta licitação, deverão apresentar instrumento público de procuração ou procuração particular assinada pelo responsável legal da empresa (com firma reconhecida) autorizando-os a participar, em nome da proponente, dos atos pertinentes à licitação, inclusive desistir dos recursos previstos no artigo 109 da redação em vigor da Lei 8666/93.

5.4 Se estiver presente o responsável legal da proponente, na forma prevista em seu Estatuto ou Contrato Social, não será exigida a credencial, objeto do item 5.3 deste Edital, mas será exigido um documento de identidade para sua identificação.

5.5 Os interessados serão convidados a rubricar todos os documentos acolhidos, folha

por folha, e a assinar a ata a ser lavrada na ocasião, juntamente com a Comissão Permanente de Licitação.

6 - DA SESSÃO PÚBLICA DE ABERTURA DOS ENVELOPES

6.1 No local, data e hora indicados no item 5.1 deste Edital, na presença dos interessados e dos representantes presentes, os membros da Comissão Permanente de Licitação procederão à abertura dos Envelopes Nº 1 - Habilitação, sendo que os documentos apresentados, após serem verificados e rubricados, serão juntados ao respectivo processo, devendo na ocasião ser lavrada ata circunstanciada.

6.2 Após a abertura dos envelopes Nº 1 - habilitação, a Comissão Permanente de Licitação decidirá sobre a habilitação ou inabilitação das licitantes, e comunicará a decisão aos representantes presentes;

6.3 Não havendo renúncia, pelas empresas participantes, do direito de recurso, os envelopes N. 2 e N.3 das licitantes, permanecerão originalmente fechados e rubricados em poder da Comissão Permanente de Licitação;

6.4 Decorrido em branco o prazo para interposição de recurso, ou após haverem sido julgados os recursos eventualmente interpostos, a Comissão Permanente de Licitação procederá à devolução dos envelopes Nº 2 - Proposta Técnica e Nº 3 – Proposta Comercial – das empresas inabilitadas, originalmente fechados, pessoalmente aos representantes que deverão ser retirados no prazo de 30 dias, sendo que após este prazo os envelopes serão destruídos;

6.5 Decorrida a fase de habilitação, a Comissão Permanente de Licitação procederá à abertura dos Envelopes N. 2 - Proposta Técnica das empresas habilitadas, em sessão pública, presentes os interessados em reunião que será realizada na sala nº. 23 da Unidade I do Uni-FACEF no dia 07/10/2009 às 08h00. As propostas serão então juntadas ao processo, devidamente ordenadas e rubricadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e representantes presentes. Nesta reunião deverá ser feita a apresentação conforme disposto no item 4.5 do Briefing – Anexo I – deste edital.

6.6 A abertura dos envelopes nº. 3 – Proposta Comercial somente ocorrerá após encerrado o julgamento das Propostas Técnicas, sendo que se houver desistência de recurso por parte de todos os licitantes ficará a critério da Comissão Permanente de Licitações realiza-lo no mesmo dia ou marcar data posterior para sua realização.

7 - DA ANÁLISE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

7.1 As propostas técnicas das licitantes habilitadas serão examinadas e pontuadas pelos membros da Comissão Técnica nomeada conforme Portaria nº 23/2009.

7.2 Será desclassificada a proposta técnica que:

7.2.1 não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos, em especial o

disposto no item 4.3 e subitens deste Edital.

7.2.2 não alcançar, **como nota global da proposta técnica**, o mínimo de 70 (setenta) pontos. A nota global de cada licitante é obtida conforme o item 7.5 deste Caderno de Normas Gerais.

7.2.3 obtiver nota zero, como **nota total** de qualquer dos quesitos a que se referem os itens **7.3.1 a 7.3.3 (subitens 7.3.3.1 a 7.3.3.4)**. A nota total dos quesitos é obtida conforme o item 7.5 e subitens deste Caderno de Notas Gerais.

7.3 No julgamento da Proposta Técnica, serão levados em conta pelos membros da Comissão Técnica:

7.3.1 Capacidade de Atendimento:

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta;
- c) instalações localizadas no município de FRANCA (SP), a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato;
- d) as informações de estrutura e conjuntura a serem colocadas regularmente e integralmente à disposição e conveniência do Uni-FACEF, durante a vigência do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre o Uni-FACEF e a licitante, esquematizado na Proposta, levando-se em conta a disponibilidade integral à instituição.

7.3.2 Repertório:

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

7.3.3 Plano de Comunicação:

7.3.3.1 Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

- a) das características do Uni-FACEF e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Uni-FACEF com seus públicos;
- c) do papel do Uni-FACEF no atual contexto social, político e econômico;
- d) do problema específico de comunicação do Uni-FACEF.

7.3.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) a adequação do conceito e da linha temática propostas à natureza e à

qualificação do Uni-FACEF e o seu problema específico de comunicação;

- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Uni-FACEF com seus públicos.

7.3.3.3 Idéia Criativa:

- a) sua adequação aos problemas específicos de comunicação definidos no Briefing;
- b) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- c) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- d) sua pertinência às atividades do Uni-FACEF e à sua inserção na sociedade;
- e) os desdobramentos comunicativos que propiciam, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- f) a exequibilidade das peças;
- g) a compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

7.3.3.4 Estratégia de Mídia:

- a) o conhecimento dos hábitos do segmento de público prioritário;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos em função dos objetivos de comunicação;
- c) a consistência e a compatibilidade do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- e) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

7.4 A nota total da Proposta Técnica de cada licitante está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada com base nos critérios a seguir:

7.4.1 Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, as seguintes pontuações:

- a) Capacidade de atendimento – 15 (quinze);**
- b) Repertório – 15 (quinze);**
- c) Plano de Comunicação:**
 - c1) Raciocínio Básico – 15 (quinze);**
 - c2) Estratégia de Comunicação Publicitária – 15 (quinze);**
 - c3) Idéia Criativa – 25 (vinte e cinco);**
 - c4) Estratégia de Mídia – 15 (quinze).**

7.5 A nota global da proposta técnica de cada licitante corresponderá ao somatório das notas totais dos quesitos.

7.6 Será classificado em primeiro lugar, na fase de Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota global (item 7.5) e assim sucessivamente, em relação às demais

licitantes.

7.6.1 No caso de empate entre duas ou mais proponentes, far-se-á sorteio, em sessão pública, para decidir a ordem de classificação das propostas técnicas;

7.7 O resultado do julgamento das propostas técnicas será comunicado formalmente às empresas licitantes para os fins do artigo 109, inciso I, alínea “b” da redação em vigor da Lei 8666/93. Os envelopes Nº 3 – Proposta Comercial das empresas que tiveram as propostas técnicas analisadas, permanecerão originalmente fechados e rubricados em poder da Comissão Permanente de Licitação, podendo a abertura dos mesmos ser realizada logo após o encerramento da fase de julgamento das propostas técnicas ou em data a ser notificada aos interessados, ficando esta decisão única e exclusivamente a critério da Comissão Permanente de Licitação;

7.8 Decorrido em branco o prazo para interposição de recurso, ou após haverem sido julgados os recursos eventualmente interpostos, a Comissão Permanente de Licitação procederá à devolução dos envelopes Nº 3 – Proposta Comercial, originalmente fechados, às empresas que tiveram a proposta técnica desclassificada nos termos do item 7.2 e subitens deste edital. A devolução será feita pessoalmente aos representantes que deverão retirar os envelopes no prazo de até 30 (trinta) dias, sendo que após este prazo os envelopes serão destruídos;

7.9 Decorrida a fase de julgamento das propostas técnicas, a Comissão Permanente de Licitação procederá à abertura dos Envelopes N. 3 - Proposta Comercial das empresas classificadas tecnicamente, em sessão pública, presentes os interessados após ser encerrado o julgamento das Propostas Técnicas e encerrado o prazo para recurso, exceto se houver renúncia de interposição de recurso por parte de todos os licitantes, ficando neste caso, a critério da Comissão Permanente de Licitações realizar o julgamento das Propostas Comerciais no mesmo dia ou marcar data posterior para sua realização.

8 - DA VALORAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS COMERCIAIS

8.1 Será desclassificada a proposta que:

8.1.1 apresentar condições flagrantemente inviáveis ou insuficientes, técnica ou economicamente;

8.1.2 apresentar preço baseado em proposta de outra proponente ou oferecer redução sobre aquela de menor preço;

8.1.3 estiver em desacordo com qualquer das exigências dispostas ao longo deste Edital;

8.1.4 não atender ao disposto no item 4.4 e subitens deste Edital.

8.1.5 deixar de apresentar a Planilha de Preços para Valoração, a ser preenchida com as informações constantes do Anexo III deste Edital.

8.2 A Comissão Permanente de Licitação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a tabela abaixo (os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III deste Edital).

Desconto / Honorários / Repasse	Notas (N)
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de São Paulo Mercado Interior Paulista. Nota máxima do quesito: 30 pontos	Desconto igual a 50,0% $N = 20,0$ Desconto superior a 50,0% $N = 0,4 \times \text{Desconto}$ Não será admitida proposta de descontos inferiores a 50%.
Percentual de honorários incidentes sobre os custos de Serviços de Terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja veiculação não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação. Nota máxima do quesito: 20 pontos	Honorários iguais a 10,0% $N = 0,0$ Honorários inferiores a 10% $N = 2,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$ Não será admitida proposta de honorários superiores a 10%.
Percentual de honorários incidente sobre os custos comprovados de serviços de terceiros, referente à elaboração de peças e materiais cuja veiculação nos proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, bem como sobre os custos comprovados de outros serviços cuja produção seja incumbida a terceiros, sob supervisão da licitante. Nota máxima do quesito: 20 pontos	Honorários iguais a 10,0% $N = 0,0$ Honorários inferiores a 10,0% $N = 2,0 (10 - \text{Honorários})$ Não será admitida proposta de honorários superiores a 10%.

8.2.1 O Uni-FACEF, durante o período de execução do contrato pagará pelos serviços efetivamente prestados, o máximo de 50% (cinquenta por cento) do valor constante da Tabela Referencial de Preços de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de São Paulo Mercado Interior Paulista, vigente na data da Autorização/Solicitação escrita expedida pela Contratante.

8.2.2 Os serviços considerados indispensáveis à execução da campanha ou ação publicitária e não constantes da Tabela Referencial de Preços de Serviços Internos do Sindicato, serão remunerados de acordo com o preço de mercado, demonstrado através de, no mínimo, três orçamentos obtidos de empresas ou profissionais do ramo, de idêntica qualificação técnica, ressalvada a hipótese de comprovada inexistência de mais de um fornecedor ou prestador de serviços, submetidos à aprovação da Contratante.

8.2.3 Sobre o valor das faturas de serviços de veiculação que tenham sido contemplados com "desconto de agência" não incidirão honorários.

8.3 Para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos **desconto, honorários e repasse** serão substituídos nas fórmulas da coluna notas pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Para Valoração, sem o símbolo "%".

- 8.4** As notas serão expressas em até duas casas decimais, arredondando-se para maior a segunda casa, se a terceira casa decimal for igual ou maior que cinco.
- 8.5** A nota total de cada Proposta Comercial será obtida mediante o somatório das notas dos quesitos constantes da tabela referida no item 8.2.
- 8.6** A Proposta Comercial que obtiver a maior nota total será considerada como a de menor preço.
- 8.7** Obtida a proposta de menor preço, será convocada a licitante melhor classificada tecnicamente para a negociação das condições comerciais propostas, tomando-se por base a proposta comercial de menor preço (Art. 46, § 1 e incisos, da Lei nº 8.666/93 e alterações).
- 8.8** No caso de impasse na negociação anterior, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação técnica, até a consecução de acordo para a contratação pelas bases da proposta comercial de menor preço.
- 8.9** Após a conclusão, com sucesso, das negociações e obtida a empresa vencedora, o resultado será publicado no Diário Oficial do Estado de São Paulo, para os fins do artigo 109, inciso I, alínea “b” da redação em vigor da Lei 8666/93.

9 - DAS CONDIÇÕES DE CONTRATAÇÃO

- 9.1** A empresa vencedora da presente licitação deverá assinar o contrato em até 05 (dias) úteis após ser notificada.
- 9.2** Para assegurar o fiel cumprimento das obrigações assumidas, a Contratante exige a prestação de garantia contratual, no ato da assinatura deste instrumento, correspondente a 5,0% (cinco por cento) do valor do contrato, nos termos do art. 56, da Lei de Licitações vigente no país.
- 9.2.1** Caberá à Contratada optar por uma das seguintes modalidades de garantia:
- a) caução em dinheiro ou título da dívida pública;
 - b) seguro-garantia; ou
 - c) fiança bancária.
- 9.2.2** Em se tratando de garantia prestada através de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente em conta corrente da Contratante, a ser informada pela Administração, sendo devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º art. 56 da Lei de Licitações.
- 9.2.3** Se a opção de garantia for em seguro-garantia ou fiança bancária deverá conter expressamente cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.
- 9.2.4** A garantia prestada pela Contratada será liberada no prazo de 10 (dez) dias úteis após o término da vigência do Contrato, mediante a certificação pelo Gestor de que trata a Cláusula da minuta de Contrato de que os serviços foram realizados a contento.

- 9.2.5** A rescisão unilateral do Contrato acarretará a execução da garantia contratual, sem prejuízo das demais sanções previstas na Lei de Licitações, conforme estabelece seu art. 80, inciso III.
- 9.2.6** Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de qualquer obrigação, inclusive indenização a terceiros, ou reduzido em termos reais por desvalorização da moeda de forma que não mais represente 5% (cinco por cento) do valor total do Contrato, a Contratada se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo de 72 (setenta e duas) horas, a contar da data em que for notificada pela Contratante.
- 9.3** O Contrato vigorará pelo período de 06 (seis) meses, contados a partir da data de assinatura, podendo ser prorrogado, de comum acordo entre as partes, mediante a lavratura de termo específico, atendendo ao limite de prorrogação estabelecido pela legislação vigente, em especial ao disposto no artigo 57, II da redação em vigor da Lei 8666/93.
- 9.4** Fica ressalvado o direito ao Uni-FACEF de produzir, internamente, peças publicitárias, bem como de contratar diretamente terceiros e veículos de divulgação para a confecção e divulgação do Uni-FACEF, sem a utilização da contratada, não sendo devidos, nestes casos, quaisquer honorários à CONTRATADA.
- 9.5** As condições de pagamento são aquelas constantes em cláusula do ANEXO II - Minuta Contratual, parte integrante do presente Edital.
- 9.6** As demais condições contratuais estão descritas no ANEXO II – Minuta Contratual, parte integrante deste Edital.
- 9.7** O descumprimento, pela Contratada, de quaisquer das obrigações assumidas no Contrato a ser assinado, no âmbito da presente licitação, sem justo motivo, ensejará a aplicação das penalidades previstas nas Cláusulas do ANEXO II - Minuta Contratual, parte integrante do presente Edital.
- 9.8** Nas mesmas penas incorrerá a empresa vencedora da licitação que deixar de assinar, sem justo motivo, o respectivo contrato, no prazo estabelecido pelo Uni-FACEF, caracterizando o descumprimento total da obrigação assumida, conforme o disposto no artigo 81 da redação em vigor da Lei 8666/93

10 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 10.1** O prazo de validade das propostas apresentadas é de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data de abertura dos envelopes N.1 -Habilitação.
- 10.2** É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou à Autoridade Superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligências destinadas a verificar informações fornecidas pelas proponentes ou para esclarecer ou complementar a instrução do processo.
- 10.3** A apresentação das propostas implica na admissão e pleno conhecimento do

presente Edital, sujeitando-se as proponentes às condições nele estabelecidas.

11 - DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

- 11.1** A presente licitação reger-se-á pela redação em vigor da Lei Federal Nº 8666/93.
11.2 Os recursos, no âmbito do presente processo licitatório, obedecerão ao disposto no artigo 109 da Lei Federal nº 8666/93.

12 - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 12.1** As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, destinados à execução dos serviços a serem contratados para o período de 06 (seis) meses, estão estimados em R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) correrão à conta dos recursos consignados no Orçamento do Uni-FACEF para 2009 e 2010, 3.3.90.39.00 - Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica. Em caso de prorrogação do contrato, serão observados os valores constantes dos orçamentos subseqüentes e obedecidos os limites estabelecidos pela Lei 8.666/93.
- 12.2** O Uni-FACEF reserva-se o direito de, a seu exclusivo critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista dentro de cada exercício financeiro.

13 - DOS ESCLARECIMENTOS

- 13.1** Consultas ou pedidos de esclarecimentos acerca do teor do presente Edital, deverão ser formulados, sempre por escrito, e endereçados à Comissão Permanente de Licitação do UNI-FACEF, pelo fax (016) 3713.4615 ou pelo fone/fax (16) 3713-4688 ramal 615, ou e-mail compras@facef.br e josealfredo@facef.br até o terceiro dia útil anterior a data prevista para a entrega das propostas.
- 13.2** A consulta ou pedido de esclarecimentos não implicará, por si só, na prorrogação da data prevista para abertura dos envelopes, salvo se resultar em alteração do edital que, comprovadamente, venha a afetar a formulação das propostas, consoante o disposto no parágrafo 4º do artigo 21 da redação em vigor da Lei 8666/93.

Franca, 26 de agosto de 2009.

Prof. Ms. Clésio Antonio Dourado
Pró-Reitor de Administração
Centro Universitário de Franca

**ANEXO I AO EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS Nº 04/2009
“BRIEFING”**

Uni-FACEF (CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA)

1. HISTÓRICO Uni-FACEF

O Uni-FACEF era o instituto isolado de ensino superior mais antigo do Estado de São Paulo tendo sido criada em 1949, com a instalação do ‘Instituto Francano de Ensino’, pertencente aos Professores Alfredo Palermo, José Garcia de Freitas e Oliveira Diniz da Silva”. Referido Instituto, segundo seu contrato social, se propunha a manter, além da Escola Técnica de Comércio, um Ginásio, uma Escola Normal, a Faculdade de Ciências Econômicas e uma Escola de Odontologia.

O Conselho Nacional de Educação autorizou o funcionamento da Faculdade em 21 de abril de 1951. Em 1966, na Administração do Prefeito Dr. Flávio Rocha, foi transformada em autarquia municipal, com base nas leis nºs 1 143/63 e 1 452/66, oportunidade em que se concedeu a mais ampla autonomia administrativa, financeira, didático-pedagógico para que pudesse alcançar seus fins, Ensino Superior no Município.

Do início de suas atividades até 1969 o Uni-FACEF possuía apenas um curso e um total de aproximadamente 100 (cem alunos). As atuais instalações, inauguradas em 1969, permitiram a ampliação não apenas do número de alunos, como também o número de cursos ofertados pela instituição. Assim, foram criados os cursos de Administração de Empresas (autorizado através do Decreto Federal nº 75.450/75) e de Ciências Contábeis (autorizado pelo Decreto Federal nº 85.927/81). Estes três cursos funcionaram, até o ano de 1996, apenas no período noturno.

Em 1996, buscando atender à sua função social e, ao mesmo tempo, uma maior integração com a comunidade empresarial, o Uni-FACEF criou o IPES - Instituto de Pesquisas Econômicas e Sociais, em convênio com a ACIF – Associação do Comércio e Indústria de Franca, com o Sindicato da Indústria de Calçados de Franca e com a Delegacia Regional do CIESP. Referido instituto é o único órgão a realizar pesquisas conjunturais na cidade de Franca e região.

Em 1997, foi elaborado um plano de trabalho capaz de, em curto espaço de tempo, inserir o Uni-FACEF na comunidade acadêmica nacional, através da melhoria da qualidade dos cursos oferecidos, da qualificação do seu corpo docente, do incentivo à produção científica e à participação em congressos, seminários e encontros acadêmico-científicos.

O projeto possuía algumas vertentes básicas:

- a) reforma e ampliação da infra-estrutura física;
- b) qualificação do corpo docente com a criação de um curso de pós-graduação *stricto sensu* (mestrado) e de incentivos aos docentes para cursá-lo ou efetuarem o mestrado ou doutorado em outras instituições;
- c) incentivo à produção científica de docentes e alunos e a sua divulgação através de publicações próprias;
- d) criação de cursos diurnos para utilização mais racional das suas instalações e profissionalização dos docentes; e

- e) maior relacionamento com a comunidade, através de convênios com entidades de classe e assistenciais, para a prestação de serviços de caráter comunitário e social.

Todos os objetivos contidos no plano foram atingidos num espaço de tempo inferior ao previsto.

Em 1997, foi criado o curso diurno de Administração de Empresas, com uma carga horária superior à do noturno, objetivando um diferencial qualitativo que lhe permita competir com os melhores cursos da área.

Em 1998, como parte do programa de adequação da instituição às mudanças advindas da Lei de Diretrizes e Bases e, ainda, buscando uma melhor qualificação do seu corpo docente, o Uni-FACEF instituiu o seu curso de pós-graduação *stricto sensu* (Mestrado), na área de Gestão Empresarial, que se encontra hoje na quarta turma e devidamente recomendado pela CAPES do MEC.

O curso de mestrado atendeu, ainda, aos objetivos de implementação da pesquisa científica na instituição e ao incremento na produção acadêmica de seus alunos e docentes. Desde então foram lançados, pela Editora FACEF, também criada, cinco livros escritos por docentes da instituição, além de uma revista científica, a “FACEF Pesquisa”, também pontuada pela CAPES.

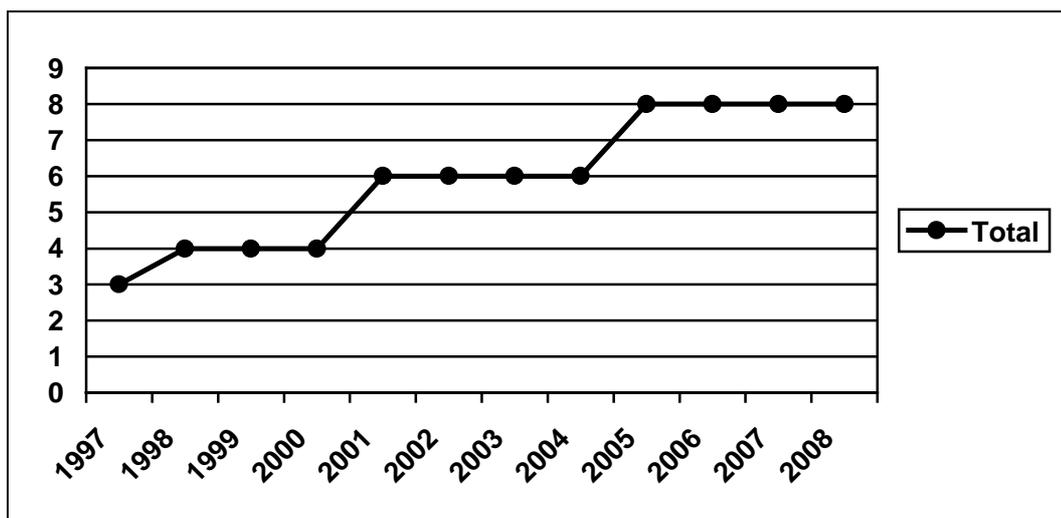
No ano de 2001, o Uni-FACEF deu início à internacionalização de suas atividades, firmando um Acordo de Cooperação com a ESA - Ecole Supérieure des Affaires, da Université Pierre Mendès France, da cidade de Grenoble, sul da França, para o intercâmbio de professores, alunos e estagiários.

No mesmo ano foram criados, o curso de Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda e a Habilitação em Hotelaria, no curso de Administração.

No ano de 2004 foram criados os cursos de Psicologia e Letras, este último com habilitações em Português de Inglês e, em 2005, os cursos de Matemática e Turismo e Hotelaria.

O Gráfico 1 mostra a evolução do número de cursos de graduação (diurnos e noturnos) oferecidos pela FACEF, no período de 1997 a 2006.

Gráfico 1 - Evolução do número de cursos de Graduação - 1997/08



No ano de 2003 ingressou no IFBAE - Instituto Franco Brasileiro de Administração, instituição internacional composta, além da FACEF, pela Universidade

de São Paulo, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pela Universidade Federal de Minas Gerais, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e pela ESA - Ecole Supérieure des Affaires, da Université Pierre Mendès France, sediada na cidade de Grenoble, França.

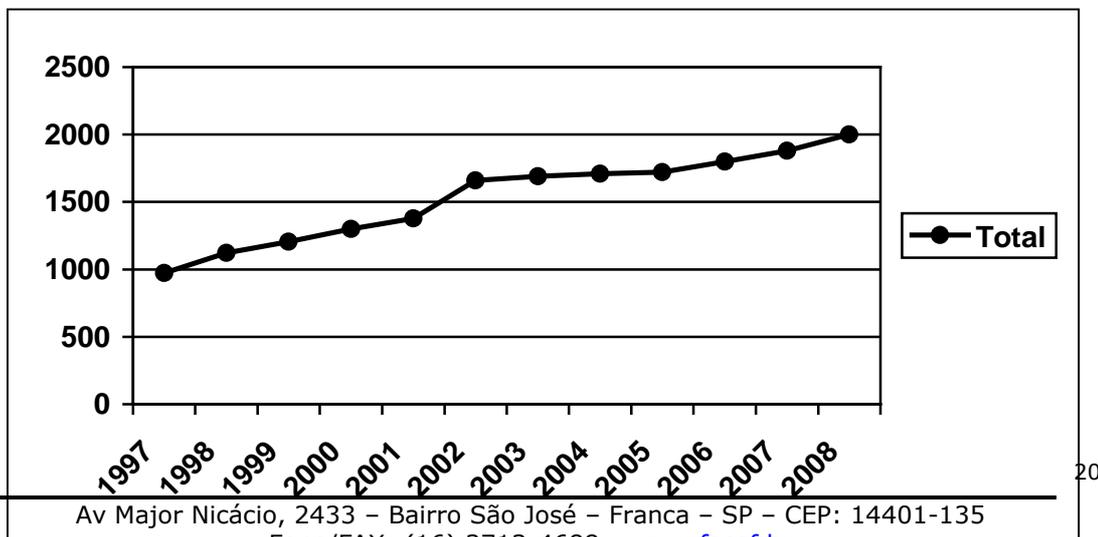
No mesmo ano foi realizado em Franca, na FACEF, o II Congresso Internacional do IFBAE, que contou com a presença de cerca de 400 pessoas, entre autoridades, empresários e pesquisadores dos dois países. O I Congresso tinha sido realizado na cidade de Grenoble, sul da França e sede da ESA.

Com os investimentos efetuados e um trabalho de resgate do “amor próprio” dos corpos docente e discente, aliado a uma bem sucedida campanha publicitária, construir a marca “FACEF” junto à comunidade, vinculada a um conceito de qualidade em serviços educacionais.

Parcerias com entidades empresariais e não governamentais sérias e conceituadas, assim como com outras instituições de ensino de renome, no país e no exterior, também contribuíram para melhorar o conceito da instituição. Hoje o Uni-FACEF, para atender aos interesses dos seus estudantes, possui convênios e acordos de cooperação com as seguintes instituições:

- ACIF - Associação do Comércio e Indústria de Franca;
- Sindicato da Indústria de Calçados de Franca;
- Delegacia Regional da FIESP / CIESP;
- ESA-Ecole Supérieure des Affaires/UPMF (França);
- FUNDACE / USP;
- FIA / USP;
- UNESP;
- SEBRAE;
- SENAI;
- Agência para o Desenvolvimento da Alta Mogiana;
- Fundação Instituto do Café;
- COCAPEC;
- Conselho Regional de Contabilidade/ASSESCOFRAN;
- Instituto Pró-Criança;
- APAE – Franca
- OCIP – VERDE E AMARELA – CASA DA CULTURA.

Gráfico 2 – Uni-FACEF - Evolução do corpo discente - 1997 / 2008



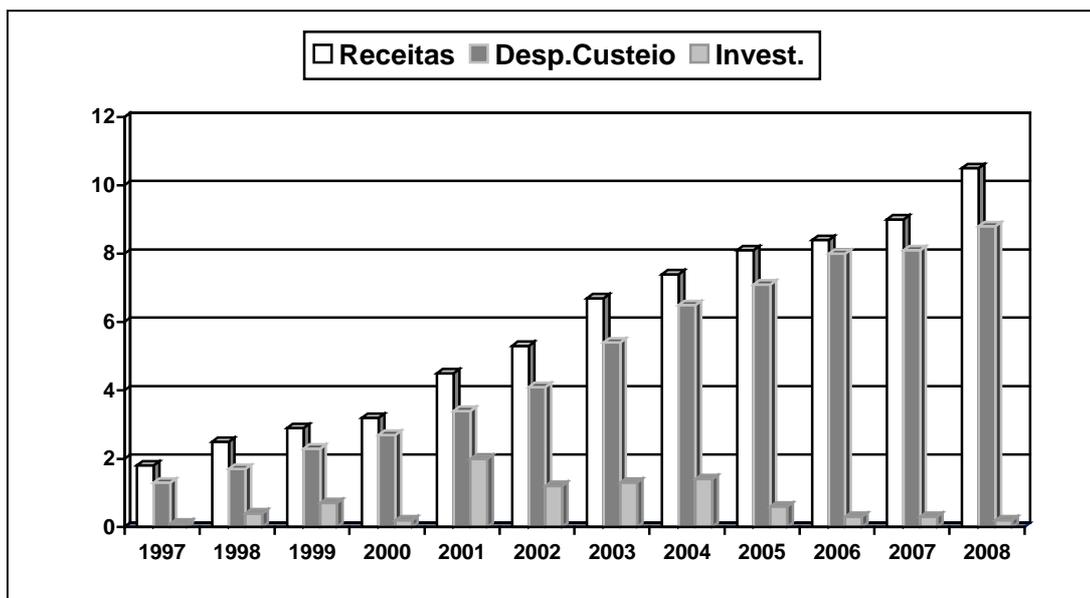
Como resultado de todo este trabalho, o número de alunos da instituição cresceu, no período, mais de 70%, passando de cerca de 960 alunos matriculados, no ano de 1997, para cerca de 2.000 alunos, no ano de 2008, conforme se pode verificar pelo Gráfico 2.

Importante destacar que, pelo fato de ser uma autarquia municipal, o Uni-FACEF cumpre uma importante função social, de atender uma clientela de menor poder aquisitivo, uma vez que as suas mensalidades são, em média, 30% inferiores às cobradas pelas instituições privadas de ensino superior.

Além disso, são concedidas bolsas de estudos e descontos nas mensalidades, aos alunos selecionados no Programa Adote um Universitário e que não conseguem ser atendidos pela Prefeitura Municipal. No ano de 2008 mais de 400 (quatrocentos) alunos foram beneficiados com descontos em suas mensalidades.

Outro aspecto importante é que o Uni-FACEF goza de uma situação econômico-financeira extremamente saudável, resultado da austeridade financeira com que é administrada e possui todas as condições de efetuar os investimentos necessários à sua modernização e reestruturação física e pedagógica, conforme se pode verificar pelo Gráfico 3, adiante.

Gráfico 3 - Receitas, Despesas de Custeio e Investimentos - 1997/08



Como se pode verificar, o crescimento da instituição, nos últimos anos, foi muito importante para ampliar a capacidade de atendimento da Uni-FACEF à mencionada clientela e aumentar o leque de opções dos universitários de Franca e região.

Este crescimento acarretou, logicamente, a necessidade da ampliação de sua infra-estrutura e do número de professores e funcionários, tornando ainda mais complexa a tarefa de administrar uma instituição que passou, a contar, no ano de 2008, com cerca de 2000 alunos, 100 funcionários (administrativos e professores) e uma área construída de mais de 10.000 m².

De se ressaltar que, nos últimos anos (a partir de 1997), foram construídos mais de 6.000 m² de área, com a construção de um novo prédio com 5.600 m², uma nova Biblioteca, com 500 m² e instalações para o Diretório Acadêmico, 120

m2, tudo realizado, destaque-se, com recursos próprios da instituição, sem subvenções do poder público ou financiamentos.

Como resultado de todo este desenvolvimento, O uni-FACEF, por meio da Portaria CEE/GP nº 104/04, de 29/06/04, do Conselho Estadual de Educação, recebeu autorização para se transformar em Centro Universitário.

O Parecer CEE Nº 145/04, da Câmara de Ensino Superior, do Conselho Estadual de Educação, relatado pelos Drs. Ângelo Luiz Cortelazzo e João Cardoso Palma Filho, que autorizou o credenciamento da instituição em Centro Universitário, ressalta os seus aspectos positivos, a saber:

1. experiência consolidada em cursos de graduação;
2. corpo docente constituído de 83% entre doutores e mestres;
3. carreira docente implantada;
4. ações de incentivo à qualificação docente e às atividades de pesquisa e iniciação científica;
5. experiência acumulada em cursos de especialização e oferecimento também de curso de mestrado em Administração com validade nacional;
6. conceito excelente nas avaliações realizadas;
7. desenvolvimento de relevantes atividades de extensão junto à comunidade;
8. desenvolvimento de pesquisas aplicadas em suas áreas de especialidade;
9. instalações físicas, biblioteca e equipamentos considerados altamente satisfatórios; e
10. projeto de desenvolvimento institucional bem estruturado, atendendo ao estipulado no Art. 6º da Deliberação CEE 08/98

No ano de 2008 o Uni-FACEF sediou o IV Congresso Brasileiro de Sistemas, evento que contou com a presença de pesquisadores do Brasil, da Argentina, do México e dos EUA.

Naquele ano conseguiu, ainda, o reconhecimento, pela CAPES do Ministério da Educação, do seu Programa de Pós-Graduação Stricto Senso (Mestrado) em Desenvolvimento Regional.

Com o incremento da pesquisa, da extensão e dos programas de pós-graduação, bem como com os investimentos efetuados na infra-estrutura de seus cursos e na qualificação dos seus docentes, o Uni-FACEF foi considerado pelo MEC, através do IGC – Índice Geral de Cursos, como o melhor centro universitário municipal do país, no ano de 2008.

2. MISSÃO

“Construir e difundir o conhecimento,
contribuindo para a formação do ser humano,
a fim de que ele exerça o seu
papel na sociedade com ética e cidadania”.

3. PÚBLICOS

3.1 - Estudantes de ciclo médio;

3.2 – Universitários em geral, para pós graduação, MBA e Mestrado;

3.3 – Empresários;

3.4 – Instituições públicas e privadas e Entidades de classes.

4. OBJETIVOS

- 4.1 - Desenvolver campanha publicitária de Instituição de Ensino Superior, que oferece 8 cursos de graduação (Administração de Empresas, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Turismo, Publicidade e Propaganda, Psicologia, Letras e Matemática); um curso de Mestrado (recomendado pela CAPES), 9 cursos de pós-graduação *lato sensu* e 5 cursos de especialização. O objetivo maior é aumentar o número de candidatos inscritos em seu processo seletivo (Vestibular 2010).
- 4.2 - Informações Gerais sobre a Instituição: A Instituição é uma autarquia municipal, possui uma posição consolidada no mercado regional, há 53 anos e, apesar de ter postura tradicional, é reconhecida regionalmente e sua credibilidade confere ao aluno graduado, diploma com valor no mercado de trabalho. Precisa expandir, nacionalmente, o bom conceito que construiu na sua região. Além da qualidade dos seus serviços educacionais, tem como diferencial mensalidades mais baixas do que as praticadas no mercado.
- 4.3 - A licitante deverá apresentar, para efeito da análise técnica, uma campanha publicitária simulada, para o vestibular 2010 do Uni-FACEF, para os meios de comunicação gráficos e eletrônicos com respectivas peças gráficas em forma de layout e também jingles e/ou vídeo. O plano de mídia deve fazer parte desta apresentação e deve estipular as praças de veiculação. A verba estimada para a criação desta campanha simulada é de R\$ 200.000,00, incluindo criação, produção e veiculação.
- 4.4 - A campanha deve ter um conceito, um tema e deve apresentar uma justificativa que atenda os objetivos de comunicação.
- 4.5 - Exposição Oral: apresentar oralmente o conceito, o tema e a estratégia de comunicação, justificando todos os itens. Devem constar desta apresentação a exposição de modelos das peças chaves da campanha. A exposição deverá ser de no máximo 40 (quarenta) minutos para cada licitante, sendo livre o formato da apresentação. A data e horário serão aqueles conforme especificados no item 6.5. do edital.

5 - CURSOS

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Nível: Mestrado Acadêmico - Interdisciplinar (*stricto sensu*)

O Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional do Uni-FACEF – Centro Universitário de Franca, tem por objetivo a construção do conhecimento na área, a formação de pesquisadores, de docentes para o ensino superior e de profissionais especializados nas áreas correlatas ao Desenvolvimento Regional. O Programa

compreende estudos avançados e atividades de pesquisa. Tem a duração de 24 meses para a integralização de créditos em disciplinas e para o desenvolvimento da pesquisa. O curso é coordenado pela Prof^a Dr^a Bárbara Fadel e foi recomendado pela CAPES em abril de 2008. Todos os professores do curso possuem o título mínimo de Doutor e o Programa já está com a segunda turma em andamento. Está previsto para fevereiro de 2010 novo processo seletivo que, atualmente, consta, de 3 avaliações: Prova escrita, proficiência em idioma estrangeiro, entrevista com análise curricular e do projeto de pesquisa.

PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* – MBAs e Especializações

O Uni-FACEF tem se consolidado, também, pelos seus cursos de Pós-Graduação *lato sensu*, criados desde 1990 e que estão em constante expansão. Atualmente, temos aproximadamente 250 alunos nos vários cursos que são oferecidos. São eles:

MBA

- Gestão Empresarial;
- Gestão da Indústria Calçadista;
- Controladoria e Auditoria;
- Comércio Internacional;
- Gestão de Cidades;
- Gestão de Negócios em Saúde;
- Gestão de Pessoas;
- Marketing Estratégico;
- Tecnologia da Informação.

Especializações

- Linguagem, Ensino, Pesquisa;
- Comunicação Digital e Criação Publicitária;
- Políticas Públicas e Desenvolvimento Regional;
- Matemática para Negócios;
- Psicologia.

O Corpo Docente dos Cursos de Pós-Graduação *Lato Sensu* do Uni-FACEF é formado em sua maioria por Doutores e Mestres com titulações obtidas em instituições de renome, como USP, FGV, UFMG, UNESP, Unicamp, UFSCar, Uni-FACEF, dentre outras, além de especialistas com MBAs na área gerencial, e que atuam diretamente no mercado. Todos os nossos cursos são supervisionados pela equipe de coordenação de pós-graduação, com vistas a oferecer, ao corpo discente, qualidade, transparência e eficácia nos cursos oferecidos.

Os cursos têm duração de 18 meses e as aulas são ministradas aos sábados.

O período de divulgação das inscrições ocorre de outubro a março.

Maiores informações poderão ser obtidas pelo site www.facef.br/pos.

CURSOS DE GRADUAÇÃO

ADMINISTRAÇÃO

O Curso de Administração do UNI-FACEF Centro Universitário tem como objetivo oferecer um currículo que assegure a qualidade do ensino, sendo articulado com pesquisa e extensão, flexibilidade e diversidade, exercitando uma sólida formação teórica-prática, considerando as peculiaridades do mercado regional, não ignorando os nacional e internacional.

Procura levar os alunos a conhecerem as transformações que vêm ocorrendo na área de Administração. Tem como meta a união da formação teórica e humanística com a prática, preparando o homem para a ação profissional, com visão generalista e sólida visão sistêmica do conjunto.

O profissional generalista é o que o mercado está recrutando, aquele que sabe o que fazer, para quem fazer, como deve fazer, onde deve fazer. Um profissional com competências e habilidades humanas, conceituais, técnicas ou metódicas, sendo Generalista/Polivalente, procurando, assim, alcançar a Eficiência, Eficácia e Efetividade, e atender às necessidades sociais, políticas e econômicas, sem se esquecer da Ética Profissional.

O curso de Administração do Uni-FACEF Centro Universitário de Franca leva os estudantes a conhecerem as transformações que vêm ocorrendo na área de Administração, tanto nas indústrias, como no comércio, no setor de serviços e nas Instituições de ensino, tendo seu foco voltado principalmente para os aspectos de sustentabilidade e responsabilidade social.

São objetivos específicos do curso de Administração:

- a) Desenvolver uma formação teórica e humanística com a prática administrativa, refletindo sobre o homem e sua ação profissional, por meio de uma visão generalista, sólida e sistêmica do conjunto da sociedade organizacional local, regional, nacional e internacional. O profissional generalista é o que o mercado está necessitando, ou seja, aquele que sabe o que fazer, para quem fazer, como deve fazer, onde deve fazer e quando fazer.
- b) Formar um profissional com competências e habilidades humanas, conceituais, técnicas ou metódicas sendo Generalista / Polivalente, procurando, assim, alcançar a Eficiência, Eficácia e Efetividade, atendendo às necessidades sociais, políticas e econômicas, não se esquecendo da Ética Profissional e das condições de sustentabilidade dos negócios.
- c) Despertar no estudante o espírito crítico para pesquisa, formando-o como um produtor de conhecimentos, assim como possibilitar-lhe outras perspectivas de atuação na área do ensino da Administração.
- d) Preparar o estudante para atuar como empreendedor.

Perfil Profissiográfico do Egresso

Este curso prepara o estudante para atuar como empreendedor e gerenciador na tomada de decisões; poderá atuar como autônomo, em empresas estatais ou privadas, planejando, organizando, dirigindo, controlando os resultados dessas instituições e prestar serviços de Gestor, Consultor e Assessor. Poderá, também, controlar atividades dos vários setores da organização, exercendo funções de chefias.

Como funções profissionais alternativas, o Administrador pode, ainda, atuar na área de Administração Geral, Finanças, Recursos Humanos, Marketing, Comércio Exterior, Produção, Auditoria, Projetos, Planejamento, Mercadologia, Informática, Consultorias, Serviços Públicos, Vendas, Compras, Custos, Organização e Métodos, Sistemas de Informações, dentre outros.

O profissional egresso deverá estar apto para:

planejar, organizar, dirigir, controlar, elaborar a rentabilidade e a produtividade da empresa. Construir uma política financeira e orçamentária, lidar com números, estatística e fazer análise quantitativa e qualitativa; e

solucionar problemas administrativos dentro da empresa e interagir com pessoas, parceiros, grupos e equipes.

Atuará, também, entre as empresas e seus talentos humanos, desenvolvendo cada vez mais seu potencial intelectual.

A qualificação dos Administradores constitui-se mais do saber ser que do saber fazer. O administrador polivalente deve ser um generalista e não um especialista. Suas funções deverão ser exercidas, a partir de uma ampla base de formação geral, capaz de preparar o administrador competente, o cidadão socialmente responsável e o administrador político comprometido com a Ética e o bem-estar coletivo.

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

O Curso de Ciências Contábeis do UNI-FACEF Centro Universitário tem como objetivo oferecer um currículo que assegure a qualidade do ensino articulado à pesquisa, extensão, flexibilidade e diversidade. Visa exercitar uma sólida formação teórica e prática, considerando as peculiaridades da profissão contábil.

Procura mediar a construção do conhecimento, a partir de tendências atuais, preparando seus alunos efetivamente para a atuação profissional. O Contador, além da visão de mundo, deve ser capaz de adaptar-se facilmente a cenários cambiantes e entender a educação continuada como condição de vida.

Oferece habilidades técnicas, conceituais e éticas, facilitando, ao profissional de Contabilidade, acesso a competências capazes de atender às necessidades sociais, políticas, econômicas e empresariais.

Perfil Profissiográfico do Egresso

O Curso de Ciências Contábeis do Uni-FACEF Centro Universitário de Franca prepara o estudante para atuar como empreendedor e gerenciador na tomada de decisões. Poderá atuar ainda como autônomo, em empresas estatais ou privadas, exercendo as mais variadas funções contábeis, com formação superior e registro no órgão de classe. Estará apto a atuar nas áreas: Financeira, Custos, Gerencial, Auditor, Analista de Balanço, Perito Contábil, Consultor Contábil, entre outros.

O profissional estará apto para construir uma política financeira e orçamentária para a empresa, lidar com números, fazer análise qualitativa e quantitativa,

verificar procedimentos, gerenciar fluxo de informações com exatidão dos registros contábeis, cálculos e interpretação dos custos dos bens fabricados, comercializados ou dos serviços prestados pelas empresas. Além de solucionar problemas, interagir com pessoas, parceiros, grupos etc, deverá atuar, ativamente, nas tomadas de decisões empresariais.

A qualificação dos Contadores deve ser estabelecida a partir de uma base de formação geral, capaz de preparar o contador competente, o cidadão socialmente responsável e um profissional comprometido com a Ética e o bem-estar coletivo das organizações empresariais, e de uma base de formação específica, capaz de atender às especificidades da área contábil.

O bacharel em Ciências Contábeis tem sua profissão regulamentada pelo Decreto-lei nº. 9.245/46 e suas atribuições definidas pela Resolução nº. 560/83, do Conselho Federal de Contabilidade - CFC.

É hoje um profissional imprescindível, tanto na esfera financeira como em qualquer organização pública ou privada. Antes de tudo, é um profissional eclético. Todo e qualquer patrimônio necessita de critérios de formatação e de avaliação, fato do dia-a-dia do profissional de Contabilidade. A identificação, análise e, finalmente, determinação do impacto das transações no patrimônio das entidades, exige do contador um amplo e variado leque de conhecimentos.

O mundo vem experimentando profundas transformações e requer versatilidade e abrangência nas interpretações. O Profissional Contábil está treinado e habilitado, na extensão do seu necessário envolvimento como requisito mínimo nos assuntos econômicos, tributários, organizacionais e comportamentais, a direcionar as conclusões da lógica contábil sempre respaldado por princípios e normas técnicas dando espaço à propalada interpretação da condição, qualidade e valor do patrimônio.

Nenhuma decisão de negócio é tomada sem os dados contábeis e somente o Profissional Contábil dispõe de preparo técnico para com tais dados disponibilizar a verdade patrimonial, contribuindo assim para a direção dos negócios.

Atual em três áreas principais:

- Contabilidade: em que o contador cuida da aplicação das normas e das práticas contábeis exigidas por lei;

- Controladoria: em que o profissional avalia e informa se os recursos da empresa estão sendo utilizados da melhor forma, montando uma base de dados que sirva de suporte ao processo decisório;

- Auditoria: em que o auditor analisa e valida as demonstrações contábeis e os controles relacionados.

Além das áreas citadas acima, o Contador pode ainda dedicar-se a análise do desempenho econômico-financeiro das empresas, uma atividade considerada fundamental por parte do mercado financeiro, que exige avaliação constante para a liberação ou renovação de créditos ou financiamentos.

O contador é um profissional liberal de múltiplas funções, podendo ser:

Autônomo:

- Empresário de Contabilidade;
- Auditor Independente ou Interno;
- Consultor Tributário;
- Controller;
- Auditor Fiscal;
- Perito Contábil.

- Membro do Conselho Fiscal e de Administração;
 - Árbitro em câmaras especializadas;
 - Atuar na área acadêmica;
 - Membro de Comitês de Auditoria;
 - Membro em Entidade de Classe;
- Executivo.

CIÊNCIAS ECONÔMICAS

O Curso de Ciências Econômicas do UNI-FACEF Centro Universitário de Franca tem por objetivo oferecer alta qualidade de ensino no campo de estudo da economia, articulando graduação, pesquisa e extensão, a fim de solidificar e agregar a formação teórica às práticas sociais, possibilitando, assim, uma leitura dinâmica e evolutiva do comportamento econômico da sociedade humana.

Preocupado com a valorização do ser humano, o Curso de Ciências Econômicas busca integrar o conhecimento teórico das disciplinas de seu currículo à visão humanística, procurando conduzir os alunos à consciência de que a visão puramente teórica não pode sobrepor-se às pessoas, sem antes considerar as reais necessidades da vida dos homens em sociedade.

Procura apresentar as mais variadas correntes teóricas, com o objetivo de desenvolver espírito crítico no corpo discente, sem querer fazer preponderar o absolutismo de uma só corrente da visão econômica, de tal forma que seja possível desenvolver competências e habilidades diversificadas, na formação de um profissional possuidor de conhecimentos multidisciplinares, na busca do contínuo aperfeiçoamento, no campo das multiespecialidades.

Perfil Profissiográfico do Egresso

O curso viabiliza a formação de um economista qualificado às necessidades do mercado, ético e, acima de tudo, um cidadão atuante, um agente social consciente das transformações sociais e da importância da participação de cada um na formação de uma sociedade mais justa e equilibrada.

Como um profissional de visão abrangente e com capacidade para combinar conhecimentos multidisciplinares às novas exigências de um ambiente tecnológico cada vez mais competitivo e mutante, capaz de atuar tanto na esfera da iniciativa privada como na esfera do setor público, o economista deverá estar preparado para desempenhar, principalmente, em áreas ligadas ao planejamento econômico, setor financeiro e comércio exterior, funções de assessoria, direção e consultoria, bem como inúmeras outras funções profissionais afins, existentes nas organizações: produção, auditoria, elaboração e controle de viabilidade de projetos econômico-sociais específicos, entre outros.

Capaz de lidar tanto com variáveis quantitativas como qualitativas, o profissional economista deverá estar apto a equacionar questões problemáticas, analisá-las e prover soluções equilibradas aos interesses econômicos, de tal forma que considere suas implicações sociais.

Consciente de que a ciência deve servir ao homem e não o contrário, o profissional economista poderá ser um multiespecialista, à medida que amplie seus

conhecimentos na direção de outros campos do estudo do conhecimento humano, contrapartida da obrigação contínua na busca do desenvolvimento de seu potencial intelectual e satisfação pessoal, fato que lhe deverá ser peculiar.

O bacharelado em Ciências Econômicas do UNI-FACEF possui como objetivo básico a formação de um profissional apto e plenamente qualificado para a sua inserção no seu campo de trabalho. O objetivo principal do Curso de Ciências Econômicas é formar profissionais preparados para responder positivamente às demandas da sociedade. Esse objetivo do Curso está contemplado na Missão do Uni-FACEF. Para tanto, é fundamental que a estrutura curricular e as práticas pedagógicas tragam coerência com os objetivos do curso e que estes busquem dotar os egressos de competências e de habilidades exigidas pelo mercado. O Curso deverá proporcionar uma sólida formação geral aos economistas, compreendendo os seguintes aspectos centrais:

a) uma base cultural ampla, que possibilite o entendimento das questões econômicas no seu contexto histórico-social, ensejando as especificidades regionais, sem descuidar das relações da totalidade do sistema de produção capitalista, mas sem voltar as costas para os enormes problemas econômicos e sociais que afetam sobremaneira a maioria da população brasileira.

b) lidar com conceitos teóricos básicos e fundamentais da Ciência Econômica, na sua diversidade metodológica e de escolas de pensamento. Esta pluralidade metodológica e as várias escolas do pensamento econômico, levam os discentes à compreenderem os fatos econômicos à luz das teorias econômicas que tentam explicá-los, e com os contextos históricos em que eles surgiram ou foram considerados. Esta pluralidade manifesta obviamente no próprio corpo docente do Uni-FACEF, se expressará nos diálogos e nos debates entre os docentes e discentes que, segundo sua própria ideologia, comunguem de diferentes posições teóricas e metodológicas, superando a estreiteza das visões dicotômicas;

c) um comprometimento com as realidades nacional e regional, para que seu trabalho sempre seja voltado para a busca de um projeto de desenvolvimento sócio-econômico sustentável para toda a sociedade, não somente para segmentos privilegiados.

COMUNICAÇÃO SOCIAL / PUBLICIDADE E PROPAGANDA

A Publicidade e a Propaganda somam instrumentos estratégicos de marketing para que empresas e instituições atinjam o mercado consumidor, divulgando produtos, serviços, marcas e idéias.

O ambiente de negócios, cada vez mais competitivo, exige que as empresas façam uso da publicidade para informar o consumidor, valorizar sua marca, promover vendas e mudar hábitos de compra.

Desta forma, o curso de Publicidade e Propaganda do Uni-FACEF Centro Universitário de Franca objetiva formar o aluno para atuar em agências de propaganda, empresas anunciantes e áreas afins, veículos de comunicação, produtoras de Rádio/TV, planejamento gráfico, editoração eletrônica, marketing e promoção.

As atividades mais comuns desenvolvidas pelo Publicitário estão centradas no planejamento, criação, produção, veiculação e pesquisa de anúncios e campanhas publicitárias e promocionais, não se distanciando do compromisso ético e humanista, previsto desde o início de sua formação acadêmica.

O Curso não só permite ao profissional criar campanhas publicitárias, como também delega a ele a escolha por diferentes ramos da publicidade, tais como: planejamento, atendimento, criação, mídia, pesquisa de mercado, bem como elaboração de planos de marketing. Vale ressaltar que a docência universitária pode, também, ser uma das opções para sua atuação profissional.

Visa ainda permitir que o profissional conheça a realidade social em que vai intervir, utilizando conscientemente técnicas de linguagem, pertinentes à sua profissão. Busca, na formação do comunicador, aprofundar o conhecimento sistemático dos meios de comunicação e integrar teoria e prática, remetendo sempre ao questionamento recíproco desses procedimentos.

Para a formação prática e específica, os alunos utilizam os laboratórios de fotografia, informática, áudio, vídeo e multimeios.

Perfil Profissiográfico do Egresso

O UNI-FACEF Centro Universitário de Franca considerou a orientação das Diretrizes Curriculares da Área da Comunicação Social para caracterização do egresso do Curso de Graduação nesta área, reproduzindo, desta forma, sua concepção.

O egresso do Curso de graduação em Comunicação caracteriza-se por suas competências profissionais, sociais e intelectuais em questões de criação, produção, distribuição, recepção e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas competências, e as suas inserções culturais, políticas e econômicas.

Deve ter competência que reflita a variedade e a mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, propiciando uma capacidade de adequação à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo.

Sua visão geral, integradora e horizontalizada e, ao mesmo tempo, especializada em seu campo de trabalho, possibilita o entendimento da interface dos processos comunicacionais em suas várias vertentes.

A habilitação em Publicidade e Propaganda não visa a uma formação que deva ser única e exclusivamente voltada para essa especialidade profissional; é necessária uma compreensão ampla e rigorosa sobre a área da Comunicação, desenvolvendo assim uma percepção geral sobre esse campo. A característica do egresso fundamenta-se em uma dupla perspectiva: genérica e universalista, específica e particularista.

A abrangência da Comunicação sobre os diversos meios, linguagens, práticas profissionais e de pesquisa tem sido intensificada pela acelerada mutação sócio-tecnológica.

PSICOLOGIA

O Curso de Psicologia está em consonância com a concepção do Uni-FACEF Centro Universitário de Franca, no sentido de formar cidadãos capacitados para a vida profissional e comunitária, pelo saber e pelo ser, haja vista a necessidade de atuação dos futuros profissionais nos vários segmentos e instituições sociais, colaborando para uma sociedade mais justa e solidária.

Nesse sentido, tratando-se de um curso que primordialmente trabalha a formação profissional para lidar como os seres humanos, nas suas mais diversas formas de

convivência, objetiva trabalhar, permanentemente, os aspectos da formação da subjetividade humana até as suas manifestações e interações em diferentes abrangências das relações interpessoais, através das seguintes áreas: Clínica, Educacional, Organizacional e Social.

O profissional oriundo do curso de Psicologia deverá estar capacitado para as tarefas habituais destinadas aos psicólogos e aos licenciados das ciências psicológicas, mas pretende-se desenvolver algo inovador quanto ao exercício profissional, no sentido de que o aluno formado seja comprometido com o desenvolvimento da cidadania, atualizado e consentâneo com a comunidade da qual faz parte, não somente através do estudo de diversas linhas teóricas mas, ainda, sendo estimulado à construção do pensamento crítico.

São consideradas, portanto, as profundas modificações pelas quais passa a sociedade brasileira, que exigem um cuidado todo especial no estudo das relações entre pessoas, grupos e instituições. Para tanto, o curso visa alertar o aluno para o processo de constante reexame da realidade político-institucional, nacional e internacional, bem como para a influência deste processo de alterações dinâmicas e suas interferências no indivíduo e em suas relações com as situações particulares, as institucionais e as relativas à sociedade como um todo.

O curso de Psicologia do Uni-FACEF está concebido dentro da busca de novos caminhos e conhecimentos, no compromisso de que a contribuição para a formação de novos profissionais seja eficaz e contributiva para a solução dos impasses da sociedade brasileira. Compromete-se com o processo descrito, gerando a necessidade de uma compreensão interdisciplinar e a construção de uma reflexão e discussão filosófica profunda que permeie as disciplinas ministradas durante os cinco anos de sua duração.

Perfil Profissiográfico do Egresso

O profissional em Psicologia formado pelo Uni-FACEF deverá se trabalhar no sentido não de um perfil, mas de uma pluralidade e abrangência com base em núcleos comuns aos cursos de graduação em Psicologia do país.

No presente caso, os alunos passam por uma formação de base sólida que oferece, no entanto, ênfases em Psicologia Clínica e Psicologia Organizacional, viabilizando-se que o aluno também possa optar por um aprofundamento em outra subárea que ele considerar desejável, após realizar as disciplinas básicas iniciais. Desta forma, optou-se por oferecer uma formação pluralista, já que se busca formar alunos com competências e habilidades consideradas básicas para a atuação profissional do Psicólogo, que possibilitem a contemplação das várias possibilidades de exercício profissional e a importância de sua integração com as concepções teórico-metodológicas existentes.

Importante enfatizar a preocupação com a interdisciplinaridade, uma vez que se visa formar um profissional engajado e comprometido com o indivíduo contextualizado, considerando as questões sócio-político-econômico e institucionais da realidade brasileira.

As diferenças sociais, econômicas e educacionais, bem como a complexidade cada vez maior da vida em sociedade, trazem às pessoas a necessidade permanente de busca de equilíbrio na saúde, vida emocional e nas relações com pessoas e grupos.

O psicólogo é o profissional preparado para trabalhar com as subjetividades e atuar em face dessas complexidades e conflitos das pessoas. Procura ajudá-las no

processo de comunicação, no relacionamento interpessoal, na integridade pessoal, promovendo a saúde e a qualidade de vida na sociedade.

O curso de Psicologia do Uni-FACEF visa capacitar o profissional para atuar nas áreas Clínica, Educacional, Organizacional e Social. Oferece uma formação plural e abrangente, com o estudo de diversas linhas teóricas e do estudo das relações entre pessoas, grupos e instituições, estimulando o aluno à construção de um aprofundado pensamento crítico e ao desenvolvimento pleno da cidadania.

As áreas de atuação para os profissionais em Psicologia são: hospitais, centros e postos de saúde, consultórios, creches, escolas, associações comunitárias, empresas, fundações, organizações não-governamentais, associações esportivas, clínicas especializadas, entre outras.

LETRAS

A licenciatura em Letras com habilitações em Português (Literaturas de Língua Portuguesa) e Português/Inglês (e Respectivas Literaturas) do UNI-FACEF possui como objetivo básico a formação de um profissional apto e plenamente qualificado para a sua inserção no seu campo de trabalho. O foco central do curso é a questão do texto, quer nas suas perspectivas de produção e de leitura, quer no seu inter-relacionamento com outras produções textuais. Como decorrência desse recorte epistemológico, o profissional que a licenciatura pretende formar deverá reconhecer a importância do domínio das línguas naturais, principalmente as Portuguesa e Inglesa, não só como instrumentos de comunicação, mas como objetos de estudo, como representações de culturas formalizadas em obras literárias e outros objetos culturais, bem como vislumbrar a importância do reconhecimento de múltiplas linguagens na formação do cidadão agente na sociedade brasileira.

Os resultados visados pelo curso serão: a formação de professores capacitados de português e inglês; e a formação de profissionais qualificados para atuarem nas mais variadas áreas profissionais da sociedade brasileira em traduções, revisões de textos e tantas outras.

O curso de Letras do Uni-FACEF, em cumprimento ao decreto nº 5.626/05, inclui também em seu currículo a disciplina de Língua Brasileira de Sinais (Libras), oferecendo, assim, aos discentes, conhecimentos para a comunicação com pessoas portadoras de necessidades auditivas.

Além do mais, são desenvolvidas atividades acadêmicas de investigação científica, por meio de pesquisas, produção de artigos e de trabalho de conclusão de curso, apresentação de trabalhos nos Seminários de Pesquisa, promovidos pelo Departamento, Jornadas de Língua e Literatura e publicação dos melhores artigos discentes na Revista do Curso de Letras do Uni-FACEF. Todas essas atividades promovem a experiência com o gênero acadêmico e desenvolvem as habilidades de leitura e de escrita, de falar e de ouvir. Desse modo, o aluno realmente vivencia atividades científico, cultural e acadêmicas, exigidas pelo Conselho Estadual de Educação, construindo desde a graduação um currículo diferenciado, validado por atividades que aliam teoria e prática.

Para o ingresso na licenciatura em Inglês, o(a) candidato(a) deverá contar com proficiência básica que o(a) capacite a ler e entender textos escritos e orais em língua inglesa.

Perfil Profissiográfico do Egresso

O curso de Letras do UNI-FACEF destina-se, principalmente, à formação de profissionais de nível superior voltados para o ensino de Língua Portuguesa, Literaturas Brasileira e Portuguesa, Língua Inglesa e Literaturas Inglesa e Norte-Americana.

Conforme as Diretrizes Curriculares do Curso de Letras, o referido curso tem como objetivo a formação de profissionais “interculturalmente competentes, capazes de lidar, de forma crítica, com as linguagens, especialmente a verbal, nos contextos oral e escrito, e conscientes de sua inserção na sociedade e das relações com o outro”.

Desse modo, o profissional, além de ter domínio do uso da(s) língua(s) que sejam objeto de seu estudo, no que se refere à sua estrutura, funcionamento e manifestações culturais, deve, também, ser conhecedor da pluralidade cultural que permeia o povo brasileiro e das variações lingüísticas que surgem num país de grande extensão territorial e convergência de culturas.

Além desse conhecimento, para um trabalho ativo, na sociedade brasileira, o graduando em Letras deve ser capaz, segundo as Diretrizes Curriculares do Curso de Letras, “de refletir teoricamente sobre a linguagem e de fazer uso de novas tecnologias no ensino e na pesquisa, entendendo a sua formação profissional como um processo contínuo, autônomo e permanente”.

Por meio de atividades teóricas e práticas, o curso de Letras do UNI-FACEF desenvolverá, no graduando, competências e habilidades, dentre as quais se destacam: a leitura, a compreensão, a interpretação e a produção dos diversos tipos de textos de Língua Portuguesa e/ou de Língua Inglesa; o posicionamento crítico sobre as diversas linguagens e suas manifestações específicas, considerando a(s) língua(s) como fato social, histórico, psicológico, cultural e ideológico; a percepção de contextos pluriculturais e a articulação deles com a constituição dos discursos; a utilização de novas tecnologias aplicadas ao respectivo campo profissional; o domínio de conteúdos básicos que são objeto dos processos de ensino e aprendizagem no ensino fundamental e médio; domínio de métodos e técnicas pedagógicas que permitam a transposição dos conhecimentos para os diferentes níveis de ensino; a investigação nas diversas áreas da(s) língua(s) portuguesa e inglesa; enfim, domínio pleno das línguas portuguesa e inglesa, no que se referem aos seus usos, nas manifestações oral e escrita.

Além dessas competências e habilidades necessárias para a formação do profissional de Letras, espera-se que o licenciado neste curso esteja apto a atuar em áreas afins, com ética, dentro da multiplicidade de saberes que envolvem a sua formação e ser empreendedor nos projetos a serem desenvolvidos durante a sua atuação como educador.

TURISMO

Em crescente expansão, o desenvolvimento de empreendimentos turísticos vem gerando negócios de alta rentabilidade. A velocidade da evolução, nesta área, tem exigido cada vez mais um profissional com habilidades específicas, comunicativo, de soluções criativas, espírito de liderança e com capacidade para se adaptar às mudanças.

O curso de Turismo do Uni-FACEF - Centro Universitário de Franca - enfatiza, em sua matriz curricular, mediante uma abordagem teórica e prática o desenvolvimento de aptidões para planejar, organizar, dirigir, controlar recursos materiais, financeiros,

mercadológicos e administrativos dos setores de Turismo, bem como de hospitais, patrimônio histórico, geografia, cartografia e folclore.

O profissional estará apto a gerenciar seu próprio negócio. Para a formação prática e específica, os estudantes utilizarão o hotel escola, a agência de turismo, laboratórios de informática e centro de línguas.

Perfil Profissiográfico do Egresso

O curso de Turismo do Uni-FACEF – Centro Universitário de Franca - enfatiza a formação de um profissional habilitado na área de gestão de empreendimentos turísticos, com abordagem teórica e prática, ampla formação cultural, com destaques para as áreas de agenciamento, eventos, alimentos, bebidas, gastronomia, transportes, serviços, hospitais, turismo rural, bares, restaurantes, patrimônio histórico, folclore, cartografia, cruzeiros marítimos, dentre outras habilidades.

A qualidade se torna primordial para a liderança, tomada de decisões, soluções criativas, fácil adaptação a mudanças e intenso contato com pessoas de características e costumes totalmente diferenciados. As áreas de atuação do profissional de Turismo são: Administração e agenciamento de atrações turísticas, SPAs, pousadas, condomínios, organização de eventos, turismo rural, hospitais, gastronomia, alimentos, bebidas, administração de bares e restaurantes, cruzeiros marítimos, transportes, marketing, recreação e lazer entre outras.

MATEMÁTICA **(Licenciatura)**

A Matemática é a mais universal das linguagens e a mais aplicada das ciências. Está presente em todas as civilizações, em todos os ramos do conhecimento e no dia-a-dia de todos nós. A sua existência independe de estarmos cientes ou não desta presença. Algumas pessoas não se dão conta, mas sem a Matemática não conseguiríamos produzir, distribuir, comercializar, comprar e vender. Não teríamos tecnologia de ponta, nem laboratórios de pesquisa, nem viagens espaciais. Não teríamos Internet, videogame ou celulares. Seríamos inviáveis.

O Uni-FACEF Centro Universitário de Franca, consciente dessa realidade e perseguindo o propósito de oferecer à população que o procura, para seus estudos superiores, cursos que atendam tanto à demanda quanto ao dever social, oferece, a partir de 2006, seu curso superior de Matemática - Licenciatura, objetivando, assim, satisfazer ao interesse e às necessidades da sociedade.

Com a finalidade precípua de formar professores para os ensinos fundamental e médio, é um curso com três anos de duração – seis semestres -, com um conjunto de disciplinas cuidadosamente escolhidas e um corpo docente altamente qualificado, constituído, essencialmente, de mestres e doutores. Com uma proposta de formar professores de Matemática que dominem as técnicas didáticas e o conhecimento matemático, é a opção indicada para os que desejam ensinar e saibam o que estão ensinando.

Perfil profissiográfico do egresso

O objetivo primordial do curso de Licenciatura em Matemática é o de formar um professor de Matemática para o segundo ciclo do ensino fundamental e para o ensino médio. Como professor, o egresso será um educador e estará apto tanto a ensinar conteúdo quanto a dominar as técnicas pedagógicas adequadas a cada idade e a cada indivíduo.

O curso de Licenciatura do Uni-Facef propiciará, aos seus estudantes, uma formação competente.

O conteúdo matemático, no Uni-Facef, é construído em duas frentes: uma lógico-dedutiva e uma outra computacional e combinatorial. Assim, o graduado no curso adquirirá habilidades específicas na formulação de raciocínios dedutivos claros e coerentes, bem como habilidades manipulativas na resolução de problemas. Aprenderá Matemática pensando Matemática e, fundamentalmente, fazendo Matemática. Os raciocínios concretos e os abstratos farão parte de um todo, naturalmente, sem antagonismos nem maniqueísmos.

O curso de Licenciatura do Uni-Facef forma professores que, respeitando as características culturais da nossa sociedade, contribuam para a modificação e transformação desta mesma sociedade em direção a um patamar de maior qualidade que o país tanto necessita. O Uni-Facef, enfrentando este desafio, coloca esta reflexão como principal meta do seu curso de Licenciatura em Matemática.

O curso oferecido pelo Uni-Facef está voltado para os seguintes públicos:

- (i) Diplomados, em geral, oriundos do ensino médio;
- (ii) Portadores de diploma do ensino superior, como Licenciados em Matemática, Contabilistas, Economistas e Administradores;
- (iii) Alunos de outros cursos de nível superior, que desejam migrar para este.

CURSOS DE EXTENSÃO

As atividades de extensão universitária são aquelas que criam condições à sociedade de ter o conhecimento, seja pela sua própria produção, ou seja pela sistematização do conhecimento universal disponível.

As atividades de extensão do Uni-FACEF procuram:

- otimizar as relações de intercâmbio entre o Centro Universitário e a sociedade em relação aos objetivos da instituição e as demandas locais.
- aumentar a probabilidade das pessoas e das instituições utilizarem, da melhor forma possível, todo o conhecimento existente para a melhoria da qualidade de vida.
- produzir conhecimento sobre os processos de apropriação da ciência.
- avaliar contribuições da Instituição para o desenvolvimento da sociedade.
- facilitar e melhorar a articulação do ensino e da pesquisa com as necessidades da sociedade.
- preservar e proteger o conhecimento produzido pela sociedade.
- integrar e consolidar toda atividade de ensino e pesquisa, de modo que haja uma conexão importante com os setores produtivos e os diversos segmentos da comunidade regional significativa.

Sistematicamente, ocorrem, no ano:

- o Fórum de Estudos Multidisciplinares, que concentram as semanas e jornadas de todos os cursos de graduação;
- o Encontro de Pesquisadores – evento em que são apresentados os resultados das pesquisas de pós-graduação dos estudantes, professores e pesquisadores do Uni-FACEF, assim como participantes de outras IES de todo o país;
- o Congresso de Iniciação Científica, em que são apresentados os resultados de investigações discentes dos nossos estudantes e de estudantes de todas as partes do país.
- Viagens técnicas, organizadas pelos cursos, que são atividades previstas nos projetos pedagógicos.

ANEXO II AO EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS Nº 04/2009

MINUTA CONTRATUAL CONTRATO nº XX DO CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, CELEBRADO ENTRE O CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA - Uni-FACEF, E A EMPRESA _____

Processo nº 05/2009

O **Uni-FACEF – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA**, situado na Av. Major Nicácio, 2433 – Bairro São José na cidade de Franca, no Estado de São Paulo, inscrito no CNPJ sob o número 47.987.136/0001-09, neste ato representado por seu Reitor, o **Sr. Alfredo José Machado Neto**, brasileiro, casado, portador da Cédula de Identidade nº 4.885.208 emitida pela SSP/SP e CPF nº 369.208.608-30 de a seguir denominado simplesmente **CONTRATANTE** ou **Uni-FACEF** e, de outro lado, a **Empresa** _____, inscrita no CNPJ sob o número _____, estabelecida na _____, n.º _____, Bairro _____, CEP _____, cidade de _____, neste ato representada por _____, _____ (**nacionalidade**), _____ (estado civil), portador da Carteira de Identidade RG nº _____, emitida pela _____, CPF nº _____, residente e domiciliado na cidade de _____, na Rua _____, nº _____, Bairro _____, doravante denominada simplesmente **CONTRATADA**, têm entre si justo e avençado e celebram por força do presente instrumento, em conformidade com o disposto na Lei nº 8.666/93 e suas alterações, **contrato de prestação de serviços de publicidade institucional**, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

- 1.1 -** O presente contrato tem por objeto a **CONTRATAÇÃO DE UMA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL PARA O CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA**, de acordo com as condições determinadas pelo Edital de Tomada de Preços nº 04/2009 e seus anexos, e proposta da contratada, de ___ de _____ do ano de 2009, que desde já passam a fazer parte integrante do presente contrato, em tudo que com o mesmo não conflitar.

- 1.2 - Conforme item 1.2 do edital, objetiva o presente processo a contratação uma agência de publicidade e propaganda, para serviços de planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação, controle e acompanhamento de campanhas e peças publicitárias institucionais, de identidade visual, planejamento e montagem de estandes em feiras, exposições e organização de eventos, dentre eles os seguintes:
- g) Campanha Institucional do Uni-FACEF – Centro Universitário de Franca;
 - h) Identidade visual do Uni-FACEF;
 - i) Vestibular Uni-FACEF;
 - j) Cursos de graduação, pós-graduação (*stricto e lato sensu*), de especialização e extensão;
 - k) Anúncios para jornais de datas comemorativas (dia do professor, do servidor, aniversário da Instituição, etc.);
 - l) Anúncios diversos;
- 1.3 - A presente contratação foi precedida de regular processo licitatório, na modalidade de Tomada de Preços sob nº 04/2005 e conforme o Processo nº 05/2009.

CLÁUSULA SEGUNDA – DOS SERVIÇOS CONTRATADOS

- 2.1 - Os serviços contratados incluem o planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação, controle e acompanhamento de campanhas e peças publicitárias institucionais, de logotipos e de outros elementos de propaganda visual, serviços de planejamento e montagem de estandes em feiras, exposições e organização de eventos, em especial, os seguintes:
- a) Campanha Institucional do Uni-FACEF – Centro Universitário de Franca;
 - b) Identidade visual do Uni-FACEF;
 - c) Vestibular Uni-FACEF;
 - d) Cursos de graduação, pós-graduação (*stricto e lato sensu*), de especialização e extensão;
 - e) Anúncios para jornais de datas comemorativas (dia do professor, do servidor, aniversário da Instituição, etc.);
 - f) Anúncios diversos;
- 2.2 - Fica ressalvado o direito ao Uni-FACEF de produzir, internamente, peças publicitárias, bem como de contratar diretamente terceiros e veículos de divulgação para a confecção e divulgação do Uni-FACEF, sem a utilização da contratada, não sendo devidos, nestes casos, quaisquer honorários à CONTRATADA.

CLÁUSULA TERCEIRA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- 3.1 - Cumprir o objeto do presente contrato, em estrita conformidade com o disposto em suas cláusulas, do constante no edital do processo licitatório, bem como com o teor de sua proposta.

- 3.2 -** Responsabilizar-se pela perfeita execução dos serviços contratados, como também por quaisquer danos ou prejuízos que vier a causar ao Uni-FACEF ou a terceiros, em decorrência do não cumprimento das obrigações assumidas neste ajuste;
- 3.3 -** Responsabilizar-se por todos os encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes ou decorrentes da execução do presente contrato.
- 3.4 -** cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste Contrato responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.
- 3.5 -** Manter, durante a vigência do Contrato, todas as condições de habilitação e qualificação técnica apresentadas no processo licitatório, compatíveis com as obrigações assumidas neste Contrato.
- 3.6 –** Constituem ainda obrigações da CONTRATADA:
- 3.6.1 -** Realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato.
- 3.6.2 -** Manter em Franca, durante toda a execução contratual, a estrutura necessária à execução dos serviços contratados.. A seu critério, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outras cidades ou para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.
- 3.6.3 -** Utilizar os profissionais indicados em sua Proposta Técnica, apresentada na Tomada de preços nº 04/2009, para os serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo Uni-FACEF.
- 3.6.4 –** Envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir integralmente, ao Uni-FACEF, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.
- 3.6.5 -** Proceder com cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três orçamentos distintos, para aprovação do Uni-FACEF, devidamente detalhados quanto ao custo e forma de execução. No caso de não ser possível a obtenção do número mínimo de orçamentos exigidos, a CONTRATADA deverá apresentar justificativa, por escrito.
- 3.6.6 -** Obter a aprovação prévia do Uni-FACEF, por escrito, para despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este Contrato, sem prejuízo das responsabilidades assumidas pela CONTRATADA, no âmbito deste ajuste.
- 3.6.7 –** Fornecer ao Uni-FACEF, após a aprovação do serviço, e conforme a peça produzida, os seguintes produtos para arquivo: Filme, Cine VT e VT (uma fita betacam ou outra bitola a ser exigida com cópia e 2 fitas em VHS com cópia), jingles, spots e trilhas (um CD com cópia e um MD com cópia),

- peças gráficas (duas provas de fotolito), CD Rom (dois CDs com cópias) ou outros não relacionados que venham a ser produzidos.
- 3.6.8 - Apresentar o CPB (Certificado de Produto Brasileiro) sempre que houver a produção de peça eletrônica para o Uni-FACEF.
- 3.6.9 - Orientar, quando solicitado pelo Uni-FACEF, a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.).
- 3.6.10 - Fornecer ao Uni-FACEF, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, com dados relevantes que permitam a devida avaliação do estágio de produção.
- 3.6.11 - Registrar por escrito, sempre que seja necessário ou a pedido de qualquer das partes, todas as reuniões e decisões tomadas em conjunto com o Uni-FACEF.
- 3.6.12 - Informar imediatamente ao Uni-FACEF qualquer inadimplência, alteração, cancelamento ou interrupção de serviços de terceiros, a que o Uni-FACEF não deu causa. A comunicação não exime a CONTRATADA de suas responsabilidades contratuais com o Uni-FACEF, devendo tomar as providências necessárias para a continuidade dos serviços.
- 3.6.13 - Manter, por si e por seus prepostos e contratados, irrestrito total sigilo sobre quaisquer dados, informações ou documentos do Uni-FACEF, a que tenha acesso, no âmbito deste CONTRATO.
- 3.6.14 - Cumprir integralmente o disposto na Cláusula Sexta, que trata dos direitos autorais das peças produzidas na vigência deste Contrato.
- 3.6.15 - Responder perante o Uni-FACEF e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste Contrato.
- 3.6.16 - Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o Uni-FACEF.
- 3.6.17 - Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como, obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.
- 3.6.18 - Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços, objeto deste Contrato.
- 3.6.19 - Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros em razão da relação contratual da CONTRATANTE com terceiros contratados.
- 3.6.20 - Garantir exclusividade à Contratante durante toda a execução contratual, recusando trabalhos solicitados por outras instituições concorrentes em nível de ensino médio, superior e de extensão.
- 3.6.21 - Outras obrigações fixadas no Edital da Tomada de Preços nº 04/2009.
- 3.6.22 - Responder civil, criminal e moralmente, por danos provocados a terceiros em razão do exercício de suas atividades no cumprimento da execução deste contrato.

CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DO Uni-FACEF

- 4.1 –** Efetuar o pagamento à CONTRATADA, na forma estabelecida no presente contrato, desde que cumpridas regular e integralmente as obrigações assumidas pela CONTRATADA.
- 4.2 -** Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis, considerando-se, para tanto, o horário de expediente do Uni-FACEF.
- 4.3 -** Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessárias à execução dos serviços.
- 4.4 –** Emitir, para cada serviço aprovado pelo Uni-FACEF, a Ordem de Serviço respectiva ou documento equivalente de autorização.

CLÁUSULA QUINTA – DA FISCALIZAÇÃO E DO ACEITE DOS SERVIÇOS

- 5.1 –** O Uni-FACEF reserva-se o direito de fiscalizar a execução dos serviços, quando e da forma que julgar conveniente, através de prepostos ou terceiros, especialmente destacados, cabendo à CONTRATADA reconhecer que os mesmos poderão exercer o poder de inspeção e estarem presentes durante todas as atividades que devam ser realizadas nos termos deste Contrato podendo, inclusive, determinar a suspensão dos serviços que porventura estejam sendo realizados em desacordo com este Contrato e a imediata adequação dos mesmos aos parâmetros pactuados.
- 5.2 –** A fiscalização dos serviços consistirão, basicamente dos seguintes tópicos, sem a eles se limitar:
- 5.2.1 –** o Uni-FACEF fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado;
- 5.2.2 -** a fiscalização dos serviços será exercida pela Pró-Reitoria de Administração do Uni-FACEF, que terá poderes entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato;
- 5.2.3 -** a fiscalização dos serviços pelo Uni-FACEF não desobriga a CONTRATADA de sua responsabilidade quanto a sua perfeita execução;
- 5.2.4 -** a CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do Uni-FACEF;
- 5.2.4.1 -** A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará na dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do Uni-FACEF;
- 5.2.4.2 -** A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, a suas expensas e nos prazos estipulados pela

- fiscalização.
- 5.2.4.3 - A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto a perfeita execução dos serviços.
- 5.2.4.4 - A ausência de comunicação por parte do Uni-FACEF, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste Contrato.
- 5.2.5 - A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.
- 5.2.6 - A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria do Uni-FACEF tenha acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao Uni-FACEF, desde que solicitados com antecedência mínima de 24 horas e, em caso de imputação de descumprimento do presente contrato, ser-lhe-à assegurada ampla defesa.

CLÁUSULA SEXTA – DOS DIREITOS AUTORAIS

- 6.1 - A CONTRATADA cede ao Uni-FACEF, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das idéias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, imagens brutas em filme ou VT, composições, arranjos, execução de trilha sonora, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste Contrato.
- 6.1.1 - A CONTRATADA não cobrará, por essa cessão, nenhuma remuneração adicional ou especial, a qualquer tempo, mesmo após a vigência deste Contrato.
- 6.2 - O Uni-FACEF poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- 6.3 - A CONTRATADA assume o compromisso de fazer constar em todo e qualquer ajuste contratual com terceiros, a condição de cessão total e definitiva de uso das peças e do material bruto ao Uni-FACEF.
- 6.3.1 – O Uni-FACEF considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo ilimitado, total e definitiva, devendo, no entanto, a CONTRATADA fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos 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.

CLÁUSULA SÉTIMA - DA REMUNERAÇÃO E DO DESCONTO DE AGÊNCIAS

- 7.1 - Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:
- 7.1.1 - Honorários de%(..... por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição **não lhe proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação**, de que trata o item 7.2.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, excluindo-se o valor dos impostos.
- 7.1.2 - Honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição **lhe proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação**, de que trata o item 7.2.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, excluindo-se o valor dos impostos.
- 7.1.3 – A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração a título de custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA.
- 7.1.3.1 – As despesas com locomoção e deslocamento dos profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes, serão de sua exclusiva responsabilidade.
- 7.1.3.2 - A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo Uni-FACEF, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este Contrato.
- 7.1.4 - Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o cachê original a ser pago pela CONTRATANTE, a atores e modelos locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de, no máximo, 20% (vinte inteiros por cento). O valor inicialmente contratado poderá ser corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços –Disponibilidade Interna – Coluna 2, da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos 01 (um) ano da cessão original dos direitos.
- 7.1.5 - Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o valor original de direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças a ser pago pela CONTRATANTE, aos detentores desses direitos, será de no máximo, 20% (vinte inteiros por cento). O valor inicialmente contratado poderá ser corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna – coluna 2, da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos 01 (um) ano da cessão original de direitos.
- 7.1.5.1 – A CONTRATADA obriga-se a negociar o percentual a ser pago por eventual reutilização, até o limite máximo previsto nos itens 7.1.4 e 7.1.5
- 7.1.6 – Atores, modelos e locutores serão, preferencialmente, alunos do Uni-FACEF, sendo que a contratação de terceiros somente poderá ser efetivada mediante autorização escrita do Uni-FACEF.

- 7.2 –** O DESCONTO DE AGÊNCIAS é tratado neste Contrato conforme segue:
- 7.2.1 - A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da lei n° 4.680/65, regulamentado pelo Decreto n° 57.690/66 e Acordo de Auto-Regulamentação Comercial de Publicidade.

CLÁUSULA OITAVA - DA FORMA DE PAGAMENTO

- 8.1 –** Após cada serviço realizado, a CONTRATADA emitirá Nota Fiscal Fatura de Serviços, referente ao serviço prestado e a encaminhará à Seção de Contas a Pagar do Uni-FACEF;
- 8.2 –** As notas fiscais deverão vir acompanhadas de cópia da respectiva ordem de Serviço, emitida pelo Uni-FACEF, bem como, de documento comprobatório do recebimento e aceitação do produto final, objeto da fatura.
- 8.2.1 – No caso de serviço de veiculação na mídia ou de serviços de terceiros, além dos documentos constantes no item 8.2, as faturas deverão vir acompanhadas de cópia da nota fiscal-fatura emitida, em face da CONTRATADA, pelo veículo de comunicação ou pelo terceiro prestador de serviço.
- 8.3 –** As Notas fiscais recebidas nas condições previstas no item 8.1 e 8.2 e subitem serão pagas pelo Uni-FACEF até o 10º (décimo) dia contado de seu recebimento.
- 8.3.1 - Os pagamentos serão efetuados mediante crédito bancário, através da Conta Corrente da Contratada, indicada na fatura.
- 8.3.2 - Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o Uni-FACEF, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.
- 8.3.3 - O Uni-FACEF reterá do valor faturado os tributos correspondentes ao objeto contratado e os recolherá diretamente aos cofres públicos, como determina a legislação em vigor.
- 8.3.4 – O Uni-FACEF, a qualquer tempo, verificará a regularidade da CONTRATADA quanto ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS e quanto à Previdência Social. No caso de irregularidade, o Uni-FACEF poderá suspender os pagamentos até a devida regularização. Persistindo a situação de inadimplência, o Contrato poderá ser rescindido com base na Cláusula Décima Segunda deste Contrato.
- 8.4 -** Em caso de atraso no pagamento das faturas, incidirá sobre o valor devido juros de mora de 1,0% (um por cento) ao mês, calculados, *pro rata tempore*, em relação ao período compreendido entre a data do vencimento e a data do efetivo pagamento.

CLÁUSULA NONA - DA GARANTIA CONTRATUAL:

- 9.1 - Para assegurar o fiel cumprimento das obrigações assumidas, a Contratante exige a prestação de garantia contratual, no ato da assinatura deste instrumento, correspondente a 5,0% (cinco por cento) do valor do contrato, nos termos do art. 56, da Lei de Licitações vigente no país.
- 9.2 - Caberá à Contratada optar por uma das seguintes modalidades de garantia:
a) caução em dinheiro ou título da dívida pública;
b) seguro-garantia; ou
c) fiança bancária.
- 9.3 - Em se tratando de garantia prestada através de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente em conta corrente da Contratante, a ser informada pela Administração, sendo devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º art. 56 da Lei de Licitações.
- 9.4 - Se a opção de garantia for em seguro-garantia ou fiança bancária deverá conter expressamente cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.
- 9.5 - A garantia prestada pela Contratada será liberada no prazo de 10 (dez) dias úteis após o término da vigência do Contrato, mediante a certificação pelo Gestor de que trata a Cláusula Quinta deste Contrato de que os serviços foram realizados a contento.
- 9.6 - A rescisão unilateral do Contrato acarretará a execução da garantia contratual, sem prejuízo das demais sanções previstas na Lei de Licitações, conforme estabelece seu art. 80, inciso III.
- 9.7 - Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de qualquer obrigação, inclusive indenização a terceiros, ou reduzido em termos reais por desvalorização da moeda de forma que não mais represente 5,0% (cinco por cento) do valor total do Contrato, a Contratada se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo de 72 (setenta e duas) horas, a contar da data em que for notificada pela Contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS MULTAS E PENALIDADES

- 10.1 - Pela inexecução total ou parcial das condições estipuladas neste Contrato, a **CONTRATADA** ficará sujeita às penalidades de advertência, multa, suspensão temporária do direito de licitar e contratar com o **Uni-FACEF** e/ou declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, de acordo com os artigos 86 a 88 da redação em vigor da Lei n. 8.666/93, cabendo à **CONTRATADA**, em qualquer caso visto processo e o direito de recurso, previsto no artigo 109, inciso I, letra “f” do referido diploma legal.
- 10.2 - O não cumprimento, pela **CONTRATADA**, de qualquer das obrigações assumidas neste Contrato, sem justo motivo, ensejará, a aplicação de multa

diária de 0,02% (dois centésimos por cento) sobre o valor total estimado deste Contrato, previsto na Cláusula Décima Primeira deste Contrato, enquanto durar a situação de inadimplência contratual que ensejou a aplicação da penalidade.

- 10.3 -** A cobrança da multa deverá ser feita, a critério do Uni-FACEF, através de cheque nominal emitido pela **CONTRATADA** em favor do **UNI-FACEF** ou deduzido do primeiro pagamento que a **CONTRATADA** tenha direito a receber.
- 10.4 -** Caso a **CONTRATADA** não possa cumprir alguma obrigação decorrente deste instrumento contratual, deverá apresentar justificativa por escrito, devidamente comprovada, nos casos de ocorrência de fato superveniente, excepcional ou imprevisível, estranho à vontade das partes, que altere fundamentalmente as condições deste Contrato, ou que impeça a sua execução, por fato ou ato de terceiro reconhecido pela Administração em documento contemporâneo à sua ocorrência.
- 10.5 -** A justificativa deverá ser encaminhada, por escrito, à Seção de Licitações e Contratos do **Uni-FACEF** no prazo de 2 (dois) dias úteis contados da data que o fato se verificou.
- 10.6 -** Se a justificativa for considerada procedente pelo Uni-FACEF, este oficiará a **CONTRATADA**, fixando prazo para a correção das irregularidades, ou, se estas forem consideradas insanáveis, para a formalização, mediante aditivo contratual, das alterações que se fizerem necessárias. Se a justificativa não for aceita pelo **Uni-FACEF**, este notificará à **CONTRATADA** para constituí-la em mora, sujeitando-a a multa prevista no item 9.2 desta Cláusula.
- 10.7 -** Vencido o prazo concedido para a correção das irregularidades sem que estas tenham sido sanadas, o **Uni-FACEF** poderá aplicar, a seu critério, as sanções previstas nas Cláusulas Nona e Décima Segunda deste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DO PRAZO CONTRATUAL

- 11.1 -** O presente Contrato vigorará pelo período de 06 (seis) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, nos termos da redação em vigor do artigo 57, II da Lei 8.666/93, com a celebração dos respectivos termos aditivos.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DO VALOR CONTRATUAL ESTIMADO

- 12.1 -** Dá-se ao presente contrato, para os efeitos legais, o valor total estimado de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).
- 12.2 -** O valor estimado refere-se a cada exercício financeiro.

- 12.3 – O Uni-FACEF reserva-se o direito de, a seu exclusivo critério, utilizar ou não a totalidade do valor estimado de cada exercício financeiro.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA RESCISÃO CONTRATUAL

- 13.1 - O presente instrumento contratual poderá ser rescindido:
- 13.1.1 - a critério exclusivo do Uni-FACEF, no caso da CONTRATADA incidir em quaisquer das hipóteses elencadas nos incisos I a XI do artigo 78 da Lei 8666/95, sem prejuízo das sanções previstas na Cláusula Nona deste Contrato, ou se vierem a ocorrer quaisquer das situações previstas nos incisos XII e XVII, do artigo 78 da Lei 8666/93;
- 13.1.2 - a critério da CONTRATADA, nos casos previstos nos incisos XIII a XVI do artigo 78 da Lei 8666/93;
- 13.1.3 – de comum acordo entre as partes, mediante comunicação escrita da parte interessada, com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias.
- 13.2 – A rescisão efetuada nos termos do subitem 12.1.1 ensejará, a critério do Uni-FACEF, a aplicação de multa de 5% (cinco inteiros por cento) do valor total estimado do contrato, previsto na Cláusula décima Primeira, sem prejuízo das demais penalidades previstas na Lei 8666/93 e na Cláusula Nona deste Contrato, cabendo à CONTRATADA vista do processo e o direito de recurso, previsto no artigo 109, inciso I, letra “e” do referido diploma legal.
- 13.2.1 - A cobrança da multa deverá ser feita, a critério do UNI-FACEF, através de cheque nominal emitido pela CONTRATADA em favor do UNI-FACEF ou deduzida do primeiro pagamento que a CONTRATADA tenha direito a receber.
- 13.2.2 – As multas contratuais previstas nos itens 9.2 da Cláusula Nona e 12.2 da Cláusula Décima Segunda não se excluem ou se compensam entre si.
- 13.3 - A rescisão efetuada nos termos dos subitens 12.1.2 e 12.1.3 não gera, para qualquer das partes, obrigações ou direito de indenização, reparação ou compensação, seja a que título for, devendo ser saldado apenas o valor referente aos serviços efetivamente prestados e ainda não pagos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 14.1 – As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão à conta dos recursos consignados no Orçamento do Uni-FACEF para os exercícios de 2009 e 2010, na rubricas referentes às despesas com publicidade institucional.
- 14.2 – Para os exercícios de 2009 e 2010, foi orçado o valor total de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).
- 14.3 – Para cada serviço a ser executado no âmbito deste Contrato, o Uni-FACEF emitirá a Ordem de Serviço respectiva, na época de sua execução, no valor correspondente ao orçamento previamente apresentado pela

CONTRATADA e aprovado pelo Uni-FACEF.

- 14.4 –** O Uni-FACEF reserva-se o direito de, a seu exclusivo critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista.
- 14.5 -** Para os exercícios futuros as despesas decorrentes desta contratação correrão à conta de dotações orçamentárias próprias, a serem aprovadas para os próximos exercícios financeiros e destinadas a atender despesas de mesma natureza, extraindo-se as respectivas Ordens de Serviço nas épocas próprias.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

- 15.1 -** O presente Contrato reger-se-á pela redação em vigor da Lei Federal 8666/93 e suas modificações.
- 15.2 -** As dúvidas ou casos omissos serão resolvidos pela legislação aplicável subsidiariamente ou, em sendo possível, de comum acordo entre as partes.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DO FORO

- 16.1 -** Fica eleito o foro da comarca de Franca (SP), para dirimir quaisquer divergências decorrentes do presente contrato, com renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, ou venha a se tornar.

E por estarem assim, justas e acordadas, assinam as partes o presente Contrato, em 02 (duas) vias de igual teor, forma e idêntico valor jurídico, na presença das testemunhas abaixo assinadas.

Franca, de _____ de 2009

Prof. Dr. Alfredo José Machado Neto
Reitor
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA – Uni-FACEF

Sr. _____
Sócio/Diretor
CONTRATADA

Testemunhas:

- | | | | |
|----|-------|----|-------|
| 1. | _____ | 2. | _____ |
| | Nome: | | Nome: |
| | End.: | | End.: |
| | RG | | RG |
| | CPF | | CPF |

ANEXO III AO EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS Nº 04/2009

MODELO DE PLANILHA DE PREÇOS PARA VALORAÇÃO

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) desconto a ser concedido ao Uni-FACEF, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo Mercado Interior Paulista : _____% (_____ por cento);
- b) honorários, a serem cobrados do Uni-FACEF, incidentes sobre os custos comprovados de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja veiculação não nos proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação: _____%(_____ por cento) **(HONORÁRIOS MÁXIMOS ADMITIDOS – 10%)**;
- c) honorários, a serem cobrados do Uni-FACEF, incidentes sobre os custos comprovados de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja veiculação nos proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, bem como sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, sob nossa supervisão: _____% (_____ por cento) **(HONORÁRIOS MÁXIMOS ADMITIDOS – 10%)**;

..... - de de 2009

Representante legal
(nome da licitante)

ANEXO IV AO EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS Nº 04/2009

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE OBSERVÂNCIA AO DISPOSTO NO
INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL**
(apresentação obrigatória)

Deve ser impressa em papel timbrado da empresa participante na licitação

PROCESSO Nº 05/2009

TOMADA DE PREÇOS Nº 04/2009

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, TP Nº 04/2009, do Centro Universitário 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

Carimbo CNPJ

ANEXO V

DECLARO, sob as penas da lei, sem prejuízo das sanções e multas previstas neste ato convocatório, que a empresa _____ (denominação da pessoa jurídica), CNPJ nº _____ é **microempresa ou empresa de pequeno porte**, nos termos do enquadramento previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, cujos termos declaro conhecer na íntegra, estando apta, portanto, a exercer o direito de preferência como critério de desempate no procedimento licitatório da Tomada de Preços nº 04/2009, realizado pelo Centro Universitário de Franca.

Nome do representante legal
RG nº _____