

TERMO DE CONTRATO 115/2015

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS INSTITUCIONAL DO Uni-FACEF, REFERENTE AO PROCESSO 34/2015, QUE ENTRE SI FAZEM O CENTRO UNIVERSITÁRIO MUNICIPAL DE FRANCA - Uni-FACEF E A EMPRESA **I4 COMUNICAÇÃO LTDA ME**.

SÍNTESE DO INSTRUMENTO CONTRATUAL

OBJETO: Serviços de publicidade, propaganda e comunicação incluindo estudo, planejamento, concepção, execução distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas para os produtos, serviços e eventos internos e externos do Uni-FACEF, controle das inserções publicitárias (mídias contratadas e mídia digital) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, sites, tv, rádio, dentre outros.

VALOR DESTINADO: ESTIMATIVA DE ATÉ R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

VIGÊNCIA: 12 (doze) meses, contados da data de assinatura deste contrato.

DATA DE ASSINATURA: 18/12/2015

Contratante:

Razão Social:	Centro Universitário Municipal de Franca				
Endereço:	Av. Major Nicácio, nº 2433. Bairro São José. Franca/SP				
CEP:	14.401-135	CNPJ:	47.987.136/0001-09	Tel:	(16) 3713-4688
Representante:	Alfredo José Machado Neto	Cargo:	Reitor		
CPF:	369.208.608-30	RG:	4.885.208		

Contratada:

Razão Social:	I4 COMUNICAÇÃO LTDA ME			
Endereço:	Rua Pilar, nº 540. Bairro Grajau. Belo Horizonte / MG			
CEP:	30.431-225	CNPJ:	08.414.417/0001-02	
e-mail:	licitacao@i4comunicacao.com	TEL:	(31) 2514-0444	
Representante	Filipe Dias Rosa	Cargo:	Diretor Superintendente	
CPF:	095.380.516-61	RG:	MG 15.700.682	

DO FUNDAMENTO LEGAL

Este instrumento contratual decorre de licitação instaurada sob a modalidade Tomada de Preços, nos termos do edital nº TP 01/2015, processo nº 34/2015, submetendo-se as partes às disposições constantes da Lei 8.666/93 e 12.232/2010, ao edital e às cláusulas e condições aqui estabelecidas.

CLÁUSULAS CONTRATUAIS**Cláusula Primeira – Do Objeto**

1.1 Por meio do presente instrumento, a contratada se obriga a prestar ao contratante os serviços de publicidade institucional especificados neste contrato e no edital da licitação e em todos os seus anexos.

Cláusula Segunda – Das Responsabilidades das Partes**2.1. CABERÁ À CONTRATADA:**

2.1.1 Responsabilizar-se integralmente pelo cumprimento do objeto da licitação, conforme descrito no presente contrato, no edital da licitação e em todos os seus anexos, que passam a fazer parte deste contrato.

2.2. CABERÁ AO Uni-FACEF:

2.2.1. Pagar os valores pactuados, nos termos do presente ajuste.

2.2.2. Proceder a mais ampla fiscalização sobre o fiel cumprimento do objeto, sem prejuízo da responsabilidade da contratada. Para tanto, o Uni-FACEF poderá, a seu critério, acompanhar e auditar a execução do contrato, nos aspectos técnico, de segurança, de confiabilidade e quaisquer outros de seu interesse, através de pessoal próprio ou de terceiros designados para este fim.

Cláusula Terceira – Do Valor deste Contrato

3.1. Dá-se a este termo, o valor global destinado de até R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), aplicando-se o quadro abaixo:

ITEM	PERCENTUAL
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.	42% (quarenta e dois por cento)
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 <u>não nos proporcione o desconto de agência</u> a ser concedido pelos veículos de divulgação.	10% (dez por cento)
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 <u>nos proporcione o desconto de agência</u> 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.	6% (seis por cento)

3.1.1. A contratada praticará o repasse de $\frac{1}{4}$ (um quarto) do valor correspondente ao “desconto de agência” a que faz *jus*, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

3.2. Observadas as disposições do objeto, os percentuais cotados deverão conter todas as despesas com materiais, ferramentas, mão de obra, embalagens, equipamentos auxiliares, instrumentos de medição, máquinas em geral, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos necessários à execução do objeto.

Cláusula Quarta – Da Forma de Pagamento

4.1. Os pagamentos serão efetuados diretamente à contratada com o comprovante do respectivo serviço, da seguinte forma:

4.1.1. Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação.

4.1.2. Criação, Produção e Finalização: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes aplicados o percentual de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de São Paulo.

4.2. Outros serviços de terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com o Uni-FACEF, aplicado o desconto a ser concedido ao Uni-FACEF, sobre os custos de outros serviços incumbidos a terceiros / fornecedores, sob supervisão da contratada.

4.3. Todos os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela contratada, nos prazos e condições previamente aprovados pelo Uni-FACEF e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

4.4. Serão suspensos os pagamentos se:

4.4.1. No ato do atesto, os serviços não estiverem sendo prestados de acordo com o proposto, aceito e contratado. Não serão pagos os trabalhos reprovados.

4.4.2. As notas fiscais/faturas contiverem incorreções de qualquer ordem. Neste caso, elas serão devolvidas acompanhadas dos motivos de sua rejeição, reiniciando, então, o prazo para pagamento a partir da reapresentação, sem qualquer tipo de acréscimo.

4.5. O pagamento será efetuado em até 10 (dez) dias úteis, contados da apresentação da nota fiscal e do relatório dos serviços, o qual deverá contar com o atesto de conformidade do Uni-FACEF.

4.6. Em caso de irregularidade(s) no(s) item(s) do(s) serviço(s) e/ou produto(s) entregue(s) e/ou na documentação fiscal, o prazo de pagamento será contado a partir da(s) correspondente(s) regularização(ões).

4.7. O Uni-FACEF não aceitará recibo como documento fiscal.

4.8. Sob pena de suspensão, o pagamento à contratada fica vinculado à apresentação dos documentos abaixo relacionados, dentro do prazo da validade:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (CNPJ);
- b) Certidão de regularidade de débito com as Fazendas: Estadual e Municipal, da sede ou do domicílio da licitante, expedida pelo órgão competente;
- c) Certidão de regularidade de débito para com o Sistema de Seguridade Social (INSS), ou constante juntamente com a Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativa a tributos federais e dívida ativa da União;
- d) Certidão de regularidade de débito para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- e) Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativa a tributos federais e dívida ativa da União.
- f) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), conforme lei nº 12.440/11.

Cláusula Quinta - Da Garantia Contratual

5.1. Neste ato a Contratada presta caução no valor de R\$ 15.000,00 (quinze mil reais), correspondente a 5% (cinco por cento) do preço global do objeto contratado, recolhida na **Tesouraria**, conforme comprovante que passa a integrar o presente termo.

5.2. Ao CONTRATANTE cabe descontar da garantia toda a importância que a qualquer título lhe for devida pela CONTRATADA.

5.3. Se o valor da garantia for utilizado no pagamento de quaisquer obrigações, a CONTRATADA, notificada por meio de correspondência simples, obriga-se a repor ou completar o seu valor, no prazo máximo e improrrogável de 48 (quarenta e oito) horas, contadas do recebimento da referida notificação.

5.4. A garantia prestada pela CONTRATADA será liberada ou restituída após a execução do contrato, e quando em dinheiro, será corrigida monetariamente.

Cláusula Sexta - Da Vigência

6.1. O prazo de vigência deste contrato será de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério do Uni-FACEF, de acordo com os permissivos legais.

6.2. O contrato poderá ser reajustado a partir do 13º mês, de acordo com o IPCA-IBGE (Índice de Preço ao Consumidor Amplo).

6.3. Caso o contrato seja prorrogado, o mesmo poderá ser reajustado nos termos do item 5.2, a cada 12 meses, a contar do 1º dia do início da vigência do último reajuste.

Cláusula Sétima - Das Penalidades

7.1. A inexecução total ou parcial, a execução deficiente, irregular ou inadequada do objeto

deste contrato, assim como o descumprimento dos prazos e condições estipulados, implicará na aplicação das penalidades contidas nas leis 8666/93 e 12.232/2010.

7.2. Além das penalidades previstas no item anterior, e sem prejuízo das mesmas, a contratada ficará sujeita às seguintes, as quais serão aplicadas de acordo com a gravidade e consequência do caso concreto, mediante apuração e parecer fundamentado emanado do Uni-FACEF:

- I) Advertência escrita;
- II) Rescisão unilateral do contrato;
- III) Multa de 7% (sete por cento) sobre o valor do contrato;
- IV) Suspensão do direito de licitar e/ou contratar com o Uni-FACEF pelo prazo de até 02 (dois) anos.

7.3. As penalidades previstas no subitem anterior são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

7.4. A multa será descontada dos pagamentos a que a contratada fizer *jus*, ou descontada da garantia ou, ainda recolhida diretamente na tesouraria do Uni-FACEF, no prazo de até 15 (quinze) dias corridos, contados da data de sua comunicação, ou, ainda, quando for o caso, cobradas judicialmente.

7.5. Para a aplicação das penalidades aqui previstas, a contratada será notificada para apresentação de defesa, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados da notificação.

7.6. As penalidades previstas neste contrato são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, tais como a exigência de reparação dos danos advindos das irregularidades ou inexecução contratual constatadas.

Cláusula Oitava - Das Obrigações Trabalhistas

8.1. O presente contrato não implica, para o Uni-FACEF, vínculo ou obrigação trabalhista, direta ou indireta, de qualquer natureza, obrigando-se ainda a contratada a manter o Uni-FACEF a salvo de qualquer litígio, assumindo todas as obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias referentes ao pessoal utilizado para o cumprimento do presente ajuste.

Cláusula Nona - Das Disposições Finais

9.1. As despesas decorrentes deste contrato onerarão as verbas do Uni-FACEF, consignadas em seu orçamento, nos exercícios de 2015/2016.

9.2. Fazem parte do contrato, independentemente de transcrição, todas as condições constantes do edital que lhe deu origem, seus anexos e a proposta apresentada pela contratada, permanecendo, caso haja conflito, as disposições constantes deste instrumento contratual.

Cláusula Décima – Do Foro

10.1. Fica eleito, para os procedimentos judiciais referentes a este contrato, o Foro da Comarca de Franca, Estado de São Paulo, com expressa renúncia de qualquer outro.

10.2. E por estarem assim, justas e contratadas, as partes assinam o presente em 03 (três) vias de igual teor, para os regulares efeitos de direito.

Franca, 18 de dezembro de 2015 .

Filipe Dias Rosa
I4 Comunicação Ltda – ME

Prof. Dr. Alfredo José Machado Neto
Reitor do Uni-FACEF

Testemunhas:

Bárbara Costa Marques
CPF: 351.020.308-92

Bruna Sousa Ferreira
CPF: 377.372.548-54

ANEXO I - DO CONTRATO

1. OBJETO

Contratação sob demanda, de serviços de publicidade, propaganda e comunicação incluindo estudo, planejamento, concepção, produção, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas para os produtos, serviços e eventos internos e externos do Uni-FACEF, controle das inserções publicitárias (mídias contratadas e mídia digital) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, sites, televisão, rádio, *outdoor*, dentre outros, a serem prestados por uma agência de propaganda, em conjunto com o pessoal interno do Uni-FACEF, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680, de 18 de junho de 1965, e **que atendam o Uni-FACEF localmente.**

2. VALOR DA CONTRATAÇÃO

O valor global destinado para gastos com os serviços objeto da presente Tomada de Preços é de até R\$ 300.000,00 (Trezentos mil reais), para um período de 12 (doze) meses.

Esse valor poderá ser revisto, nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento do Uni-FACEF, a critério exclusivo deste.

A estimativa de até R\$ R\$ 300.000,00 (Trezentos mil reais) constitui mera previsão dimensionada, não estando o Uni-FACEF obrigado a realizá-la em sua totalidade, não cabendo à contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

3. CONTEXTO

Situação base: O Uni-FACEF Centro Universitário Municipal de Franca é uma Instituição de Ensino Superior que atua há mais de sessenta anos na cidade de Franca-SP, situada a 400 km de distância na região nordeste do Estado de São Paulo. E há 46 anos o Uni-FACEF é uma autarquia municipal de ensino não gratuito. Em mais de 60 anos de existência consolidou uma marca diferenciada em relação à concorrência.

Em 1997, o Uni-FACEF iniciou a implementação de um grande projeto para adequar-se às novas exigências acadêmicas, legais e institucionais:

- Qualificação do corpo docente com a criação de um curso de Pós-Graduação Stricto Sensu (Mestrado) com incentivos aos docentes para cursá-lo ou efetuarem o Mestrado/Doutorado em outras IES;
- Incentivo à produção científica de docentes e alunos e a sua divulgação através de publicações próprias;
- Profissionalização dos docentes;
- Maior relacionamento com a comunidade, por meio de convênios com entidades científicas, de classe e assistenciais, para a prestação de serviços de caráter científico, comunitário e social;
- Internacionalização de sua atuação, através de convênios firmados com universidades estrangeiras, como:

- **França**

- IAE - Institut d'Administration d'Entreprises – Grenoble;
- ICN - Business School de Nancy; e
- Pôle Universitaire de GAP - Université de la Méditerranée Aix-Marseille II.
- **Portugal**
 - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas - Universidade Nova de Lisboa;
 - Universidade do Porto; e
 - Faculdade de Economia - Universidade de Coimbra (convênio em andamento).
- **Espanha**
 - Universidad de Málaga - Contabilidad y Gestión.
 - Universidad de Valladolid
- Criação de cursos diurnos;
- Reforma e ampliação da infraestrutura física.

Em 2004, o Uni-FACEF Centro Universitário Municipal de Franca, 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:

- Experiência consolidada em cursos de graduação;
- Corpo docente constituído em sua maioria por doutores e mestres;
- Carreira docente implantada;
- Ações de incentivo à qualificação docente e às atividades de pesquisa e iniciação científica;
- Experiência acumulada em cursos de especialização e oferecimento também de curso de mestrado em Administração com validade nacional;
- Conceito excelente nas avaliações realizadas;
- Desenvolvimento de relevantes atividades de extensão junto à comunidade;
- Desenvolvimento de pesquisas aplicadas em suas áreas de especialidade;
- Instalações físicas, biblioteca e equipamentos considerados altamente satisfatórios; e
- Projeto de desenvolvimento institucional bem estruturado, atendendo ao estipulado no Art. 6º da Deliberação CEE 08/98.

Com diversos cursos de Graduação e Pós-Graduação criados ao longo dos anos, em 2004 iniciou-se a parceria com a Escola de Aprendizagem e Cidadania de Franca, executando, desde então, um programa de preparação para o trabalho (Aprendiz). Esse programa, que contempla anualmente 440 jovens de 14 a 16 anos com dificuldades financeiras, visa a inserção social por meio de atendimento gratuito, oferecendo cursos de Auxiliar Administrativo, com ênfase na inclusão digital. Quatro anos depois, pelo convívio no Centro Universitário Municipal de Franca, muitos desses jovens, que sequer vislumbravam a continuidade dos estudos, já fizeram vestibular e estão cursando o Ensino Superior. A parceria cresceu e em 2012 novas turmas estão sendo criadas. Esse programa, um dos projetos sociais do Uni-FACEF, recentemente recebeu Menção Honrosa do Instituto Brasil de Cidadania, através do programa nacional Cidadania sem Fronteiras.

Nessa ocasião, os demais projetos sociais da IES foram diplomados em reconhecimento à importância de cada um. Os projetos, atualmente, são:

- Aprendiz;
- Contação de Histórias;
- Conecte-se – Inclusão Digital para a Melhor Idade;
- Escola Livre de Artes;
- Pró-Criança – Ensino de Inglês;
- Pró-Criança – Ensino de Matemática; e
- Pró-Criança – Ensino de Informática.
- Trote Solidário

Por conta dessa postura de comprometimento com a formação humanitária e ético-profissional de seus alunos, além da constante preocupação em devolver para a comunidade os benefícios do conhecimento, aplicados em ações de promoção humana, o Uni-FACEF foi mais uma vez reconhecido pela ABMES – Associação Brasileira das Mantenedoras de Ensino Superior, com o Selo ABMES de “Instituição Socialmente Responsável 2011-2012”.

Além dessa certificação e da Menção Honrosa, nos últimos anos, o Uni-FACEF Centro Universitário Municipal de Franca tem recebido outros Prêmios e reconhecimentos, muito importantes:

- “Melhor idade e o Uni-FACEF”;
- “Contação de histórias”;
- “Secretaria da Saúde”;
- “Jovem no Uni-FACEF”;
- Curso de Administração estrelado no Guia Abril do Estudante;
- Curso de Turismo e Hotelaria estrelado no Guia Abril do Estudante;
- Curso de Ciências Contábeis estrelado no Guia Abril do Estudante;
- Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda estrelado no Guia do Estudante Abril;
- Curso de Turismo estrelado no Guia Abril do Estudante;
- Curso de Turismo avaliado como um dos melhores do Brasil, entre 21 escolhidos pelo Guia Abril do Estudante; e
- Avaliação do Uni-FACEF como um dos 10 melhores Centros Universitários do Brasil, pelo 4º ano consecutivo. Ainda na mesma avaliação, o Uni-FACEF é o Melhor Centro Universitário público da região Sudeste do Brasil. Em 2008 foi reconhecido pelo MEC, mediante a apuração do Índice Geral de Cursos (IGC), como o melhor Centro Universitário Municipal do Brasil.

Além dessas importantes lãureas, o Uni-FACEF tem o orgulho de ver seus formandos ingressarem em importantes organizações, como Renault (na matriz – França); Deloitte; KPMG; Mestrados de Instituições públicas; Magazine Luiza, Folha de São Paulo etc.

Em 2007 o Uni-FACEF implantou o AVA - Ambiente Virtual de Aprendizagem, na plataforma de software livre “Moodle”.

A preocupação com a troca de experiências acadêmicas levou o Uni-FACEF a promover constantes eventos - em várias de suas edições, como o Simpósio de Educação (em parceria com a UNESP – Universidade Estadual Júlio e Mesquita Filho); o Congresso Brasileiro de Sistemas (em parceria com a FEA-USP e UFSC); o Fórum de Estudos

Multidisciplinares, reunindo, num único evento, as jornadas de estudos dos diversos cursos; o Congresso de Iniciação Científica; e o Encontro de Pesquisadores. Cada um desses eventos possibilita aos participantes uma visão analítica e de variegadas perspectivas sobre sua formação acadêmica e profissional.

O Uni-FACEF realizou, de 2010 a 2013, a Olimpíada Cultural Uni-FACEF, uma competição destinada a estudantes do Ensino Médio, de escolas públicas e particulares, do Brasil todo, com o objetivo de fomentar o hábito de estudos de jovens alunos. Aos três primeiros colocados, foram concedidas bolsas integral e parcial, assim como a seus professores e escolas.

Em 2012, foi criado o curso de Engenharia de Produção, que foi implantado em fevereiro de 2013. O curso de Engenharia Civil foi criado em 2013 e passou a ser oferecido em fevereiro do ano seguinte. O curso de Medicina, seu mais novo curso, foi criado em 2014 e passou a ser oferecido em março de 2015.

3.2. Missão, postura ética e comunicação

Com a Missão de "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", o Uni-FACEF tem obtido excelentes resultados nas avaliações dos órgãos responsáveis pela gestão da qualidade do ensino superior brasileiro, como consequência do comprometimento dos corpos docente, discente e administrativo dessa IES. Reiteramos que, na última avaliação do Enade/MEC, o Uni-FACEF aparece em 8º lugar, classificação que levou a Comunicação a utilizar o apelo:

“Uni-FACEF. Um dos 10 melhores Centros Universitários do Brasil há 4 anos consecutivos”.

O Uni-FACEF, em suas práticas cotidianas, constrói pontes entre universos distintos: o intelectual/acadêmico e o social; o individual e o coletivo; o passado e o futuro; e o tradicional e o moderno. Hoje, o Centro Universitário Municipal de Franca explora novas oportunidades em áreas que nunca haviam sido suficientemente exploradas, como a internacionalização de sua atuação, a intensificação de parcerias estratégicas, o estreitamento do relacionamento com seus públicos (internos e externos); e o correto posicionamento de sua marca.

Enquanto o Uni-FACEF se preocupa com novas estratégias, a concorrência também se movimenta. Outras instituições de ensino intensificam ações no mercado educacional brasileiro, e fusões e aquisições ocorreram entre instituições nacionais, tornando a competição mais concentrada, principalmente, no Estado de São Paulo. A atuação do sistema educacional vem a reboque de profundas transformações na sociedade. Recentemente, com a perda do poder aquisitivo devido à desaceleração econômica pela qual passa o País - o que gera desemprego e pressão sobre os orçamentos domésticos - tem se observado, entre outros aspectos: a) o crescimento da busca por cursos de graduação por EAD, que têm sido oferecidos, na grande maioria, por IES particulares e a preços muito abaixo do mercado; b) a manutenção dos índices de procura por cursos em instituições de educação superior públicas GRATUITAS; c) uma maior limitação nas políticas públicas de acesso ao ensino superior, a exemplo do FIES; d) o crescimento da procura por bolsas de estudo, algo inviável para o Uni-FACEF - ao menos no momento, dada sua necessidade de recuperação de receita; e) um elevado índice na evasão escolar no ensino superior, no País, e que se reflete também no Uni-FACEF, diminuindo sua receita; f) a diminuição do número de jovens egressos do ensino médio, devido a, principalmente, dois fatores: 1) a própria reorganização da pirâmide etária

do País, que tem, hoje, menos jovens e uma população que está envelhecendo mais; e 2) a perda precoce desses jovens para o mercado de trabalho ao mesmo tempo em que abandonam os estudos; e g) a diminuição do estímulo ou apoio das famílias para que os jovens egressos do ensino médio busquem formação no ensino superior de qualidade, tomando decisões pautadas pelo fator “menor preço”.

Tais fatores se refletem na atuação do Uni-FACEF, exigindo ajustes na prática e no discurso institucionais, em função da forma que a sociedade tem encarado o Ensino Superior.

Entre os desafios do Uni-FACEF Centro Universitário Municipal de Franca está a definição de como se dará sua comunicação e as formas de interação com seus públicos (clientes internos e externos; sociedade; IES brasileiras parceiras e concorrentes; IES internacionais). Em outras palavras, trata-se de encontrar a melhor estratégia comunicativa para que a identidade da IES (como a Instituição é; o que faz etc) se transforme em *imagem consolidada e positiva* na mente dos públicos acima citados.

Ao preocupar-se com sua identidade o Uni-FACEF está a preocupar-se com sua permanência no tempo e no espaço, de forma a ser percebido de forma única e inconfundível, apesar das transformações pontuais que o mercado e sua dinâmica exigem.

A descrição do contexto em que o Uni-FACEF Centro Universitário Municipal de Franca atua e atuará nos próximos anos deve servir de referência para o desenvolvimento de propostas para a comunicação da IES com seus públicos, a partir da captação da essência da identidade institucional.

3.3. O AMBIENTE EXTERNO E O PENSAMENTO ESTRATÉGICO DO UNI-FACEF CENTRO UNIVERSITÁRIO MUNICIPAL DE FRANCA

Ao longo de sua história, a atuação da IES pautou-se pela busca da capacidade de integrar ações para os clientes externos do que para os internos.

Ainda assim, a linha-mestra desse percurso tem sido a busca da construção de uma Instituição cada vez mais sensível às necessidades de seus públicos e mais apta a oferecer-lhes as melhores soluções de Ensino. Hoje, o Uni-FACEF precisa pensar estrategicamente local e globalmente os seus desafios e oportunidades.

Recentemente, o ganho de poder aquisitivo que se verificou na década de 2010 não se manteve e profundas transformações socioeconômicas têm sido vivenciadas atualmente. Entre elas, a desaceleração da econômica; o desemprego; e uma enorme pressão sobre os orçamentos domésticos. Esse quadro reforça a busca do indivíduo pela definição e incremento de sua vida profissional, de forma a, através de uma profissão, obter segurança e poder aquisitivo, para si e para sua família, e que lhe proporcione, também, o sentimento de realização pessoal e sucesso.

E, nesse cenário, que papel o Uni-FACEF tem desempenhado? Em que grau a IES é vista, pelo indivíduo e pela sociedade, como o agente capaz de proporcionar essa transformação?

Certamente o Uni-FACEF tem revigorado sua forma de atuar e de se relacionar com os diversos públicos, mas falta muito a fazer, além da necessidade de posicionar mais adequadamente a marca da IES. É preciso que os públicos-alvo (jovens do ensino médio para a Graduação e egressos do ensino superior para a Pós-graduação) vejam a relevância do ensino superior e de sua continuidade, como forma de promoção humana e de contribuição para o desenvolvimento humano e social.

Além disso, outro aspecto que necessita atenção é a dicotomia na percepção da sociedade, em relação ao aspecto dual “público/privado”, que cria situações de incompreensão. A IES é figura de direito público, mas oferece ensino não gratuito. Essa

situação por muitas vezes é desconhecida de significativa parcela da sociedade, que se mostra “desapontada” ao tomar conhecimento que os cursos ministrados (Graduação e Pós) não são gratuitos.

3.4. A COMUNICAÇÃO

O Uni-FACEF Centro Universitário Municipal de Franca, quer comunicar-se corretamente com seus diversos públicos e de forma integrada, transmitindo de forma única e inconfundível a marca e a identidade Uni-FACEF. Para isso, há que se contemplar mídias tradicionais e novas mídias, levando ao cruzamento de mídias offline com mídias online, resultando, por fim, na convergência de mídias.

As ações de comunicação devem levar, por fim, a mudanças de percepção e de comportamentos, de forma consciente, provocando no estudante do ensino médio o desejo de *ser Uni-FACEF*; assim como no egresso da Graduação, para que ele eleja a Pós-graduação Uni-FACEF.

3.4.1. Conceitos de comunicação de IES – Instituições de Ensino Superior

As principais IES no mercado nacional têm trabalhado conceitos de comunicação muito próximos entre si, focando temas semelhantes. Os temas se revezam entre: fazer uma graduação significa caminho para o sucesso; conquista do conhecimento; escolha certa; alcançar sonhos; estar preparado para o mercado etc. De forma geral, comunica-se que o ensino superior, “fazer faculdade” significa um caminho, uma passagem, uma etapa preparatória para outra, onde, conforme as promessas feitas, o indivíduo encontrará sucesso, felicidade, estará preparado finalmente para *algo grande, que o esperava esse tempo todo: o mercado*.

O Uni-FACEF, em sua última campanha para o Vestibular 2016, não comunicou nenhuma promessa futura; não há nenhuma chamada destacando o que o candidato terá no futuro. O texto de chamada cita o fato que a IES é o melhor centro universitário público do Sudeste brasileiro, algo real e presente. Não se promete nada; apenas se afirma que aqui é um local em que, no momento presente, o estudante vivencia, em tempo real, reais possibilidades de usufruir de coisas positivas como a própria construção do conhecimento, a construção real de possibilidade de praticar aquilo que se vivencia em sala de aula, seja nos projetos sociais, seja no mercado.

3.4.2 Problema de Comunicação

Embora a marca Uni-FACEF seja oficialmente reconhecida como detentora de expertise no Ensino Superior de qualidade, um dos desafios com que se defronta sua comunicação é a definição de posicionamento adequado capaz de levar o egresso do ensino médio à inscrição nos processos vestibulares e à matrícula, caso seja aprovado. Tem se observado uma não efetivação da matrícula pelo candidato aprovado. O feedback recebido é, via de regra, uma preferência por instituições públicas gratuitas; a espera por resultados do ENEM; e a preferência por instituições que sejam atendidas pelo Pro-Uni. Resta destacar que o Pro-Uni não pode ser utilizado pelo Uni-FACEF por ser um programa voltado especificamente para IES particulares, o que não é o caso do Uni-FACEF. Além disso, há certa dificuldade em perceber as diferenças entre o Uni-FACEF e o as demais concorrentes.

Mas o Uni-FACEF entende que justamente as ameaças e oportunidades observadas permitem novos desafios comunicativos para a IES. O desafio de comunicação consiste em adotar posicionamento que diferencie corretamente a marca Uni-FACEF e consiga dar visibilidade para os seus diferenciais e atributos.

Os principais atributos pretendidos para a imagem da IES são:

- **Ensino de Qualidade:** Corpo docente e corpo administrativo trabalham para garantir que o corpo discente se promova e se capacite para conquistar a autonomia humana e financeira, esta última por meio da conquista do trabalho; tudo fruto do ensino de qualidade. Para o Uni-FACEF, “Ensino de Qualidade” vai além disso. Esse atributo permite vislumbrar um conjunto de relacionamentos e sistemas de cooperação e trocas que possam gerar impacto na postura pessoal e profissional de todos os envolvidos, sendo, assim, uma atitude de competência;
- **Responsabilidade Social:** este aspecto exprime a conduta e o pensamento da IES; é a opção pelo socialmente correto, justo e aceitável. É a opção por atrelar, ao ensino acadêmico-profissional, a conduta ético-cidadã, exigindo de todos que se assumam *sujeitos participantes* da coletividade, pensando principalmente no amanhã. Este aspecto demonstra a valorização da promoção humana e o compartilhamento, com a coletividade, daquilo que o conhecimento pode trazer: a melhoria das condições de vida, a geração de lazer, cultura e emprego, com geração de emprego e renda para o maior número possível de pessoas, de forma sustentável.
- **Personalidade:** atributo que deve traduzir a relação mais próxima possível entre o Uni-FACEF e seu estudante. Por atender uma parcela menor que muitas outras IES, ao Uni-FACEF é possível um inter-relacionamento pessoal, com o sentimento da proximidade, de forma personalizada.
- **Modernidade:** o Uni-FACEF tem trabalhado para ser percebido como uma IES moderna, com ambiente jovem, descontraído, ainda que comprometido com o ensino de qualidade.
- **Espírito jovem:** atributo atemporal, essa característica deve traduzir o espírito da busca incansável pelo novo, sem o detrimento do já estabelecido. Seja no relacionamento, seja na utilização das tecnologias atuais e futuras, seja nos mecanismos de comunicação, é fundamental alcançar-se o maior número de pessoas; e
- **Pertencimento:** atributo que deve traduzir o orgulho inequívoco de pertencer, de fazer parte da IES e de sua história vitoriosa. Cada um de seus membros deve sentir-se encorajado e estimulado a, espontaneamente, ver-se divulgando a identidade da marca Uni-FACEF. Seu aluno deve ser a fonte mais poderosa de comunicação da marca, gerando, em outras pessoas, o desejo de vir a ser parte da Instituição também.

3.5. OBJETO DA DEMANDA

3.5.1. Desenvolver campanha de posicionamento para a marca Uni-FACEF Centro Universitário Municipal de Franca, observando-se:

- a) expansão de sua base de clientes;
- b) cenário do mercado educacional 2016-2017;
- c) parcerias estratégicas; e
- d) internacionalização.

3.5.2 A campanha deverá ter conceito que se desdobre junto aos seguintes públicos de relacionamento:

- a) pessoa física – egresso do Ensino Médio (para a Graduação);

- b) pessoa física – egresso da Graduação (para a Pós-Graduação);
- c) pessoa jurídica (para a Pós-Graduação).

3.6. OBJETIVOS DE MARKETING

Diante dos elementos, projetam-se os objetivos de marketing desta solicitação, de natureza institucional, contemplando também produtos específicos (Graduação e Pós-Graduação). A proponente também deve sugerir indicadores capazes de aferir o estágio de cumprimento de cada objetivo e o retorno efetivo dos investimentos a serem realizados.

3.6.1. Fortalecer a identidade da marca

Traduzir, por meio da comunicação, os atributos pretendidos para a imagem do Uni-FACEF – Ensino de Qualidade; Responsabilidade Social; Personalidade; Modernidade; Espírito jovem; e Pertencimento.

3.6.2 Demarcar o território simbólico da marca Uni-FACEF

Apresentar as vantagens para seus públicos atuais e potenciais dos diferenciais do Uni-FACEF, que é autarquia municipal (direito público), mas que não oferece ensino gratuito.

3.6.3 Conquistar maior identificação com a marca

A marca Uni-FACEF Centro Universitário Municipal de Franca é positivamente reconhecida por seus públicos e pelos órgãos oficiais responsáveis pela gestão do Ensino Superior do Brasil. Porém, é necessário que seus públicos atuais e potenciais percebam também os benefícios que a marca Uni-FACEF apresenta para o crescimento pessoal e do próprio País.

3.7. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

3.7.1 Geral

Fixar posicionamento que diferencie a marca Uni-FACEF e consiga dar visibilidade para os seus diferenciais e atributos, com foco no fortalecimento do relacionamento da IES com seus públicos atuais e potenciais.

3.7.2 Específicos

- Aumentar a participação de mercado da IES, com o incremento de matrículas nos cursos de Graduação e de Pós-Graduação (Lato e Stricto Sensu);
- Reforçar seus principais atributos, elencados no item 4.2;
- Possibilitar a percepção de que o Uni-FACEF contribui para o desenvolvimento do País e para a Sustentabilidade do planeta;
- Gerar identificação com seus públicos e que, a operação de seus serviços será positivamente percebida na relação custo x benefício, dada a alta qualidade de seu Ensino; e
- Comunicar a modernidade e a inovação que são uma realidade no Uni-FACEF hoje.

3.8. PÚBLICOS-ALVO

3.8.1 Interno

O Uni-FACEF conta com professores, funcionários e estagiários, de todas as idades, comprometidos e qualificados. Atualmente, a IES mantém, em seu quadro, cerca de 121 professores (Graduação e Pós-Graduação), 40 funcionários e 30 estagiários.

3.8.2 Externo

O Uni-FACEF atende cerca de 2.000 alunos (Graduação e Pós-Graduação), de todas as faixas socioeconômicas. Destes, temos:

- 149 alunos de convênios com outras Prefeituras;
- 530 alunos FIES (financiamento);
- 95 alunos Bolsa Universidade (convênio com a Pref. Munic. de Franca/SP); e
- 43 alunos da Escola da Família (convênio com o Governo do Estado de São Paulo).

3.9. PRAÇA

O Uni-FACEF atua na cidade de Franca-SP, em duas unidades.

3.10. CANAIS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS PELO UNI-FACEF, ATUALMENTE, PARA O PÚBLICO INTERNO

- Site (<http://site.unifacef.com.br/>)
- AVA
- Portal Web
- e-mail marketing
- Vídeo institucional

Obs.: A proposta poderá abranger ações além dos canais próprios.

3.11. CANAIS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS PELO UNI-FACEF, ATUALMENTE, PARA O PÚBLICO EXTERNO

- Site (<http://site.unifacef.com.br/>)
- e-mail marketing
- Jornal impresso “Uni-FACEF Presente”
- Cartaz, cartazete, folder, filipetas, banner, faixas
- Facebook (*fanpage*)
- Twitter
- Instagram
- TV Uni-FACEF (canal do YouTube)
- *web* rádio
- Jornais impressos locais
- Rádios locais AM e FM
- Rádios AM e FM de outras praças
- outdoor em Franca e demais cidades
- Site Virando Bixo
- Vídeo institucional

Obs.: A proposta poderá abranger ações além dos canais próprios.

3.12. Próximos eventos (sujeito a alterações)

- Exame de Seleção 2016 (provavelmente em janeiro/2016)
 - Prova objetiva e redação para vagas remanescentes e transferências da Graduação.
- Processo Seletivo 2016 (janeiro/2016)
 - Redação, com aproveitamento do ENEM e ou do Histórico Escolar, para vagas remanescentes da Graduação.
- Trote Solidário Uni-FACEF 2016 (fevereiro/2016 a abril/2016)
 - Gincana para integração de Calouros e Veteranos.
- Fórum de Estudos Multidisciplinares 2016
 - Diversos eventos acadêmico-científicos realizados ao longo de uma semana. Voltado para a Graduação.
- Encontro de Pesquisadores 2016
 - Diversos eventos acadêmico-científicos realizados ao longo de três dias. Voltado para a Pós-Graduação.
- Semana Verde Uni-FACEF (setembro)
 - Este ano foi sua 4ª edição. Trata-se de ação envolvendo públicos interno e externo da comunidade acadêmica, visando a conscientização e mudança de postura quanto à preservação do meio.
- Dia da Responsabilidade Social (setembro)
 - Evento atrelado à Semana Verde Uni-FACEF. Ação para dar continuidade a ações de sustentabilidade anteriormente desenvolvidas.
- Janela Cultural Uni-FACEF
 - Atividades culturais envolvendo os cursos de Letras e Turismo.
- Vestibular 2017
 - Cursos de Graduação. Inscrições e Provas: datas a definir.
- Pós-graduação 2017
 - Pós-Graduação Lato e Stricto Sensu.
 - Inscrições para programas de Pós-Graduação (dezembro/2016 a fevereiro/2017)

4. DESCRIÇÃO GERAL DOS SERVIÇOS

Participar de reuniões de briefing para alinhamento das informações, tantas quantas forem solicitadas e em local determinado pelo Uni-FACEF, cujo agendamento não poderá exceder a 48 horas, salvo prazo maior autorizado expressamente pelo Uni-FACEF.

Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia).

O plano publicitário deverá ser apresentado ao Uni-FACEF para validação, antes de sua implementação.

Elaboração de plano estratégico e de mídia, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do público-alvo, análise de concorrência, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia.

Desenvolvimento de plano de mídia, incluindo estudo do público-alvo, definição final dos meios, negociação de verba para contratação dos meios, contratação dos espaços publicitários, envio de material para os meios e acompanhamento da veiculação.

Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia).

Desenvolvimento de todas as peças publicitárias relacionadas às campanhas, incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos finais aos fornecedores e empresas gráficas, mídias e dentre outras, nos prazos adequados.

Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre maior possibilidade de penetração junto ao público-alvo.

Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes diretos ou indiretos.

Assessoramento, apoio, contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada.

Planejamento, concepção, criação de mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção e implementação do material aprovado.

Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas. As pesquisas citadas neste item terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação para possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias a serem realizadas durante a execução do contrato.

Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

O controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) deverá ser feito através de relatório mensal com comprovação das veiculações nos veículos descritos neste instrumento.

Para as veiculações em mídias de massa, tais como TV aberta ou fechada, rádio, jornal, revista e internet, disponibilizar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, quando possível, nos termos do artigo 15 da Lei nº 12.232/2007.

Criação das campanhas, ou seja, os conceitos e apelos centrais das campanhas.

Redação publicitária para as peças relacionadas à campanha, bem como revisão de texto, gramatical e ortográfica da mesma.

Desenvolvimento de todas as peças publicitárias relacionadas às campanhas, incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos finais aos fornecedores e empresas de mídia.

A contratada poderá, sob demanda, ser responsável pelo projeto de comunicação visual de eventos e feiras, tais como a concepção visual e a elaboração de peças.

Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado potencial onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre maior possibilidade de penetração junto ao público-alvo.

Assessoramento 360° - as campanhas deverão estar dentro do conceito 360° (trezentos e sessenta graus), ou seja, além, da criação e veiculação das campanhas, devemos contar com a criação de ações de comunicação visual para peças destinadas aos pontos de atendimento bem como a criação de ações promocionais como, por exemplo, participações em feiras e congressos, blitz promocional para abordagem de público, experiência com o produto entre outras, que deem sustentação além dos diversos recursos e ferramentas de comunicação virtual que podem facilitar o contato do Uni-FACEF com o público-alvo.

Planejamento, concepção, criação e produção de mensagens e peças para comunicação digital para websites, telefonia móvel, e-mail marketing, dentre outras.

A abrangência da prestação de serviços será estadual (Estado de São Paulo), podendo em ações específicas ter abrangência nacional, ou quando a mídia contratada não estiver disponível apenas para o Estado de São Paulo.

Parágrafo único – Todas as ações especificadas no item 4 e seus subitens poderão ser realizadas também pelo setor de marketing e por alunos e professores do Uni-FACEF (Curso de Comunicação Social), situação em que não será paga remuneração à agência referente ao desenvolvimento, criação e outras rubricas das quais não tenha efetivamente participado.

5. PRAZO PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

Os prazos têm como ponto de partida a reunião de briefing entre as equipes do Uni-FACEF e a da empresa contratada.

a. O prazo de desenvolvimento e entrega (criação e/ou produção) da campanha ou peças avulsas de comunicação será negociado em reunião de briefing, de acordo com as necessidades do Uni-FACEF.

b. O não atendimento reiterado aos prazos exigidos pelo Uni-FACEF será interpretado como descumprimento contratual, podendo ensejar as penalidades daí decorrentes.

6. DESCRIÇÃO DAS FUNÇÕES E QUALIFICAÇÕES NECESSÁRIAS DA EQUIPE TÉCNICA BÁSICA

As funções abaixo elencadas constituem formação da equipe básica mínima necessária para o projeto, constituindo dever da contratada, no entanto, dimensionar o aumento da equipe, caso necessário, para a perfeita execução dos serviços contratados. O número mínimo de funções não poderá ser reduzido.

6. 1. Função: Gerente de Conta ou de Atendimento, exclusivo para a conta

6.1.2 Quantidade: 01 (um)

6.1.3 Experiência profissional: ter atuado como Gerente de Atendimento em empresas de comunicação e propaganda.

6.1.4 Atribuições: Gestão da conta, “guardião” do plano estratégico, e atendimento geral da conta.

6.2. Função: Diretor de criação

6.2.1. Quantidade: 01 (um)

6.2.2. Experiência profissional: ter atuado como diretor de criação em empresas de comunicação e propaganda.

6.2.3. Atribuições: coordenar a criação e desenvolvimento de campanhas e materiais de comunicação.

6.3. Função: Redator

6.3.1. Quantidade: 01 (um)

6.3.2. Experiência profissional: ter atuado como redator em empresas de comunicação e propaganda.

6.3.3. Atribuições: criação e adaptação de textos para as campanhas e materiais de comunicação.

6.4. Função: Web designer

6.4.1. Quantidade: 01 (um)

6.4.2. Experiência profissional: ter atuado como diretor de arte para web, em empresas de comunicação e propaganda.

6.4.3. Atribuições: criação de diferentes peças para sites, e-mail marketing, SMS, redes sociais e outras mídias online, conforme briefing fornecido pelo Uni-FACEF.

A comprovação de formação acadêmica de todos os profissionais dar-se-á por meio da apresentação de cópia(s) (verso e anverso) do(s) diploma(s) respectivo(s), devidamente registrado(s) no Ministério da Educação. Os cursos realizados em instituições de ensino estrangeiras devem seguir a Resolução CNE/CES nº 01/2001, artigo 4º, do Ministério da Educação.

A comprovação da experiência de todos os profissionais dar-se-á por meio da apresentação de currículo detalhado e cópias de declarações emitidas por empresas em que o profissional atuou ou registros na carteira de trabalho ou contrato de prestação de serviços, referentes às atividades a serem executadas.

7. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Iniciar as atividades no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, a partir da assinatura do contrato.

Designar um profissional da contratada (gerente de conta, ou de atendimento) que seja responsável pelo relacionamento estratégico com o Uni-FACEF, com autonomia para tomar decisões que impactem no bom andamento dos serviços.

Informar ao Uni-FACEF todos os acontecimentos inerentes às atividades objeto deste instrumento.

Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução dos serviços prestados.

Cumprir todas as exigências deste instrumento.

Manter sigilo acerca de todos os dados e informações que tiver acesso por ocasião da prestação dos serviços contratados.

c. Não utilizar a marca Uni-FACEF ou qualquer material por ele desenvolvido, assim como os dados dos clientes a que tenha acesso, em ações desenvolvidas pela contratada fora do âmbito de atuação contratual.

d. Tratar todas as informações a que tenha acesso em função do presente instrumento em caráter de estrita confidencialidade, agindo com diligência para evitar sua divulgação verbal ou escrita, ou permitir o acesso, seja por ação ou omissão, a qualquer terceiro.

e. Manter a exclusividade de atendimento publicitário ao Uni-FACEF, durante todo o prazo de contrato, não atendendo a nenhuma outra Instituição de Ensino Superior.

f. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste instrumento, que envolva o nome do Uni-FACEF, somente mediante sua prévia e expressa autorização.

g. Manter por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência do contrato, sobretudo quanto à estratégia de atuação do Uni-FACEF.

Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação que deu origem ao contrato.

Prestar esclarecimentos ao Uni-FACEF sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a contratada, independentemente de solicitação.

Atender às determinações da fiscalização do Uni-FACEF.

Responsabilizar-se por toda a coordenação e orientação técnica inerente ao implemento e à execução das rotinas previstas neste instrumento, devendo manter o padrão de qualidade dos serviços prestados e dos profissionais designados.

Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço entre o Uni-FACEF e contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas as partes tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

a. Esses relatórios deverão ser enviados pela contratada ao Uni-FACEF até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato e/ou reunião.

b. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o Uni-FACEF solicitará a necessária correção, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

Cumprir todas as leis e imposições federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários, e quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

Responder integralmente por todos os encargos sociais, fiscais, seguros, indenizações e outros dispêndios ocasionados pelo vínculo empregatício, com relação aos seus empregados que prestam serviços para o Uni-FACEF, por constituírem ônus exclusivos da contratada. Em decorrência, a contratada assumirá prontamente, de forma integral e sem quaisquer limitações, todas as responsabilidades, isentando o Uni-FACEF, expressa e inquestionavelmente, de qualquer litígio ou despesa.

Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente instrumento.

Responder civil ou criminalmente, por eventuais danos ou delitos causados por seus empregados, prepostos e/ou contratados ao Uni-FACEF ou a terceiros, devendo indenizar todos os prejuízos ocasionados.

Reembolsar o Uni-FACEF, caso seus empregados, prepostos e/ou contratados causem danos materiais ao patrimônio deste.

Em reclamações trabalhistas, eventualmente propostas por seus empregados, prepostos ou ex-funcionários envolvendo o Uni-FACEF, a contratada responsabilizar-se-á pela defesa, inclusive por custos, despesas e honorários advocatícios, bem como pelo cumprimento das decisões judiciais, isentando ainda o Uni-FACEF de quaisquer responsabilidades e/ou ônus decorrentes direta ou indiretamente dos referidos processos judiciais.

Responsabilizar-se pelos danos causados ao Uni-FACEF ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução dos serviços.

Responsabilizar-se por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências do Uni-FACEF, ou em qualquer outro local onde estejam prestando os serviços, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor.

Manter entendimento com o Uni-FACEF, objetivando evitar interrupções ou paralisações na execução dos serviços.

Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução dos serviços, mesmo que para isso outra solução não prevista tenha que ser apresentada, para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para o Uni-FACEF.

Responsabilizar-se por todas as despesas com materiais, mão-de-obra, transportes, hospedagem, equipamentos, máquinas, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais, trabalhistas, previdenciárias, salários, custos diretos e indiretos, encargos sociais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, necessários à perfeita execução do objeto deste instrumento.

Realizar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados ao objeto deste instrumento, de acordo com as especificações ora estipuladas.

Responder, perante o Uni-FACEF e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condição dos serviços de sua responsabilidade, ou por erro seu na execução dos serviços.

A assinatura do contrato não implicará ao Uni-FACEF, vínculo ou obrigação trabalhista, direta ou indireta, de qualquer natureza, obrigando-se ainda a contratada a manter o Uni-FACEF a salvo de qualquer litígio, assumindo todas as obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias referentes ao pessoal alocado para o cumprimento do presente objeto.

Manter comunicação frequente com o Uni-FACEF, oferecendo-lhe informações acerca do andamento dos serviços e da evolução dos processos permitindo, assim, eventuais adequações e ajustes que se façam necessários.

Apresentar, em até 5 (cinco) dias úteis após a assinatura do instrumento contratual, os documentos relativos aos profissionais vinculados ao contrato, conforme item 6 deste anexo:

- a. Relação nominal dos profissionais.
- b. Currículos detalhados.
- c. Comprovação da experiência.
- d. Comprovar vínculo com todos os membros da equipe técnica, mediante a apresentação de cópia da anotação na carteira de trabalho ou contrato de prestação de serviços e, no caso de sócio, mediante a apresentação do ato constitutivo que comprove essa condição.

A equipe técnica do Uni-FACEF deverá aprovar a documentação comprobatória da experiência dos profissionais que constituirão a equipe da contratada. Após esta etapa, será emitido um aceite da equipe para início dos trabalhos.

Substituir de imediato, sempre que exigido pelo Uni-FACEF, e independentemente de justificativa por parte deste, qualquer empregado ou contratado cuja atuação, permanência ou comportamento sejam julgados inconvenientes ou insatisfatórios ao interesse do Uni-FACEF.

Os profissionais integrantes da equipe técnica deverão, obrigatoriamente, participar das atividades realizadas pela contratada. Não serão permitidas substituições de profissionais, senão por motivo justificado e aceito pelo Uni-FACEF.

Os profissionais indicados somente poderão ser substituídos, desde que os substitutos possuam qualificações iguais ou superiores, comparadas com aquelas que possuíam os substituídos, dependendo a substituição da anuência expressa do Uni-FACEF, o que se efetivará após a análise dos mesmos documentos exigidos neste instrumento, emitidos em favor dos substitutos.

Responsabilizar-se por todas as despesas de produção, materiais, mão-de-obra, transportes, hospedagem, equipamentos, máquinas, locomoção, alimentação, hospedagem, uso de telefone (fixo ou celular) e internet, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais, trabalhistas, previdenciárias, salários, custos diretos e indiretos, encargos sociais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, necessários à perfeita execução do objeto.

Dedicar esforços no sentido de 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. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao Uni-FACEF, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos para os direitos autorais, imagem, som, voz (atores e modelos), obras de arte e outros nos casos de utilização e reutilização em peças publicitárias para o Uni-FACEF.

Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

Obter aprovação prévia do Uni-FACEF, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este instrumento.

Produzir, após a respectiva aprovação do serviço pelo Uni-FACEF, cópias de filmes para TV, spots para rádio, jingles, entre outros, inclusive em sistema profissional solicitado pelo Uni-FACEF, bem como, fotolito e provas de fotolito de peças para mídia e/ou impressão.

Orientar e supervisionar a produção, a impressão e a veiculação (e da exibição, em caso de outdoor e assemelhados) das peças gráficas aprovadas pelo Uni-FACEF.

Entregar ao Uni-FACEF, até o dia 7 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.

Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela contratada, nos prazos e condições previamente aprovados pelo Uni-FACEF e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

A contratada deverá apresentar ao Uni-FACEF cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos em favor dos terceiros, até dez dias após sua realização.

Providenciar o cadastro prévio, junto ao Uni-FACEF, das empresas que eventualmente vierem a ser subcontratadas para o fornecimento de bens ou serviços especializados,

relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste instrumento, nos termos preceituados pelo artigo 2º, § 1º e artigo 14, todos da lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

a. O rol de empresas cadastradas a que se refere o item anterior não se limitará àquele providenciado pela contratada.

8. DIREITOS AUTORAIS

Na execução deste contrato, deverão ser atendidos os preceitos contidos na Lei nº 9.610 de 19.02.1998, em especial o que se segue:

8.1. A contratada cede ao Uni-FACEF, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), das peças, das campanhas e de demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste instrumento.

8.1.2. O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas do contrato decorrente deste instrumento, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do mencionado contrato.

8.1.3. O Uni-FACEF poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a contratada.

8.2. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a contratada poderá solicitar de cada contratado, a pedido do Uni-FACEF, dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, quando legalmente possível, para que o Uni-FACEF escolha uma das opções.

8.2.1. Quando o Uni-FACEF optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a contratada se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros – para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços – cláusulas escritas que:

8.2.1.1. Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos.

8.2.1.2. Estabeleçam que o Uni-FACEF poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

8.2.1.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção. Em relação a terceiros fornecedores, deverá ser objeto de prévio orçamento.

8.3. A contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) de arte(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

8.3.1. A critério do Uni-FACEF, as peças criadas pela contratada poderão ser reutilizadas, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a contratada.

8.3.2. A contratada entregará ao Uni-FACEF todos os materiais e produtos adquiridos em decorrência do presente objeto, com as licenças correspondentes devidamente certificadas com os documentos pertinentes e obrigatórios, cedendo ainda os direitos autorais, marcas e patentes a eles vinculados, de forma que o Uni-FACEF possa deles usar e dispor para todos os seus fins na forma do contrato e na proposta da contratada, independente de qualquer remuneração especial ou adicional àquela ajustada neste instrumento.

8.4. A contratada deverá apresentar ao Uni-FACEF os contratos e quitações relativas a todos os direitos autorais e de imagem, de direito de uso de voz e o que mais for utilizado na elaboração da publicidade.

8.5. Contratada deverá ceder ao Uni-FACEF todos os direitos autorais da agência, de forma que este possa continuar utilizando o material criado sem entrave, se assim desejar, inclusive providenciando a respectiva impressão, em caso de material escrito ou novas edições, o que for cabível.

9. OBRIGAÇÕES DO UNI-FACEF

Designar um profissional para atuar como gestor do contrato firmado entre as partes, que servirá de contato com o responsável da contratada (gerente de conta, ou de atendimento) para gestão, acompanhamento e esclarecimentos que porventura se fizerem necessários durante a vigência do contrato.

Comunicar à contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos verbais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas.

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

Acompanhar, fiscalizar e auditar a execução dos serviços prestados, nos aspectos técnicos, de segurança, de confiabilidade e quaisquer outros de seu interesse, através de pessoal próprio ou de terceiros designados para este fim.

a. Avaliar a qualidade dos serviços, podendo rejeitá-los no todo ou em parte, caso estejam em desacordo com o constante neste instrumento, reservando-se ao direito de suspender o pagamento da contratada até que os serviços sejam executados em conformidade com o contratado.

Fica assegurado ao Uni-FACEF o direito de exigir e obter imediatamente a substituição de qualquer empregado e/ou preposto da contratada, notadamente quando verificada a falta de qualificação, zelo e dedicação na execução das tarefas, ou outros comportamentos que prejudiquem as atividades e resultados, objeto deste instrumento.

Fornecer material institucional em mídia, impressa ou digital para que a contratada repasse as informações à mão-de-obra contratada, para que a mesma fique alinhada aos objetivos do Uni-FACEF.