



PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2014

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2014

Sumário

EDITAL DE LICITAÇÃO.....	03
1 – OBJETO.....	03
2 – INFORMAÇÕES BÁSICAS.....	04
3 – DO CREDENCIAMENTO E DA ENTREGA DAS PROPOSTAS.....	06
4 – PROPOSTA TÉCNICA.....	08
5 – PROPOSTA DE PREÇOS.....	09
6 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.....	11
7 – ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.....	14
8 – COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA.....	14
9 – RESULTADO DA CONCORRÊNCIA.....	18
10 – SANÇÕES.....	18
11 – REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO DA LICITAÇÃO.....	18
12 – RECEBIMENTO DO OBJETO.....	18
13 – ASSINATURA DO CONTRATO.....	19
14 – ACOMPANHAMENTO DO CONTRATO.....	19
15 – DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO.....	19
16 – ANEXOS QUE INTEGRAM ESTE EDITAL	21
ANEXO A – CONDIÇÕES GERAIS PARA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS.....	22
ANEXO B – MODELO DE CARTA PROPOSTA.....	23
ANEXO C – MINUTA DO CONTRATO.	25
ANEXO D – DECLARAÇÃO SOBRE EMPREGO DE MENOR.....	34
ANEXO E – CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA	35
ANEXO F – PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS.....	37
ANEXO G – BRIEFING.....	44

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2014

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 069/2014

EDITAL

O Município de Nova Lima informa a todos os interessados que dará início às 10:00 (dez) horas do dia 11 (onze) de Abril de 2014, no prédio da Prefeitura Municipal, situado nesta cidade de Nova Lima – MG, na Praça Bernardino de Lima, 80, ao procedimento licitatório **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2014, do tipo "Técnica e Preço"**, objetivando a contratação dos serviços de publicidade discriminados adiante, através de uma agência de publicidade e propaganda, observadas as exigências das Leis nºs 4.680, de 18 de junho de 1965, 8.666, de 21 de junho de 1993, e 12.232, de 29 de abril de 2010, e demais disposições do presente Edital e dos anexos que o integram, no valor global de R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais).

1 – OBJETO

1.1 O contrato de serviços de publicidade a ser adjudicado à sociedade empresária vencedora desta Licitação terá por objeto a execução de atividades de publicidade previstas na Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2 Consideram-se “serviços de publicidade” o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias e de informar ao público em geral.

1.3 Poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

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

1.4 É vedado incluir outros serviços não previstos acima, em especial as atividades de pesquisas de opinião, de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.4.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de

mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação.

1.5 Para a execução dos serviços objeto do Contrato, quando se tratar de veiculação de matéria relativa a publicidade institucional, não fica a Administração Pública Municipal impedida de contratar diretamente com o Diário Oficial do Município do Estado, sem que caiba à CONTRATADA pagamento relativo a estes serviços.

2. INFORMAÇÕES BÁSICAS

2.1. Modalidade/N.º: **CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 003/2014**

2.2. Regime de execução: empreitada por preço global.

2.3. Solicitação de esclarecimento ou impugnação:

2.3.1 Qualquer cidadão poderá solicitar esclarecimentos, providências ou impugnar o ato convocatório do presente pregão, protocolizando o pedido até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para o recebimento das propostas, no endereço discriminado no preâmbulo deste Edital, cabendo Comissão Permanente de Licitação, decidir sobre a petição no prazo de 03 (três) dias úteis.

2.3.1.1 Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a Licitante que não o fizer até 5 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, mediante solicitação por escrito e protocolada no endereço e nos horários mencionados no subitem 2.5.2.

2.3.2 Caso seja acolhida a petição contra o ato convocatório, será designada nova data para a realização do certame.

2.3.3 Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital o licitante que não apontar as falhas ou irregularidades supostamente existentes no Edital até o segundo dia útil que anteceder à data de realização da Licitação. Sendo intempestiva, a comunicação do suposto vício não suspenderá o curso do certame.

2.3.4 As impugnações deverão ser, obrigatoriamente, formalizadas por escrito, devidamente assinadas e protocoladas no Departamento de Protocolo da Prefeitura Municipal de Nova Lima, de segunda a sexta-feira, de 09:00 às 17 horas.

2.3.5 Os esclarecimentos adicionais, relativos ao texto deste Edital, quando envolverem interpretação sobre o preciso entendimento do que nele se contém, poderão ser obtidos junto à Comissão Permanente de Licitação até o 5º (quinto) dia útil anterior à entrega dos ENVELOPES 1 e 3, através do fax; (31) 3541-4385.

2.3.6 Todas as respostas serão dadas por escrito, pela Comissão, podendo ser retiradas, mediante recibo, durante todo o período de processamento da licitação. A Administração remeterá a todas as licitantes, via fax, ou e-mail as respostas dadas, mas, não aceitará reclamações quanto ao não recebimento, já que prevalecerá sempre a obrigação das interessadas em retirar cópias oficiais.



2.4 .Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

2.4.1 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda reunida em consórcio, ou:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Município de Nova Lima;

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

c) que tenha sido considerada como inidônea por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;

d) estrangeira que não funcione no País.

2.4.2 Nenhuma Licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

2.5 Prazo de contratação: 12 (doze) meses, e não poderá ser aditado de um ano para o outro (vide Consulta de nº 736.572 do TCEMG)

2.6 Pagamento do serviço contratado: em conformidade com o prescrito no Instrumento Contratual, modelo anexo a este.

2.7 Os recursos orçamentários estimados para a presente Concorrência correrão às contas da dotação orçamentária nº 05.003 – 04.131.0032 – 2.049 – 3390390000 – ficha 216 – Secretaria Municipal de Comunicação Social.

2.7.1 Caberá à agência contratada encaminhar mensalmente à Secretaria Municipal de Comunicação Social, para fins de controle do saldo contratual, mediante recibo, o relatório de controle dos gastos efetivamente realizados.

2.8 Será permitida a subcontratação apenas dos serviços de execução externa, conforme Cláusula Terceira da Minuta de Contrato – ANEXO C, vedada a subcontratação dos serviços, tais como estudos, planejamento, conceituação, concepção, criação e execução interna, cujos quesitos correspondentes foram objeto de pontuação na fase de classificação desta Licitação.

3. DO CREDENCIAMENTO E DA ENTREGA DAS PROPOSTAS

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

a) Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da sociedade empresária, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembléia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou



apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

b) Caso o preposto da Licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, em original com reconhecimento de firma ou em cópia devidamente autenticada pelo cartório competente e com poderes expressos para a prática de atos pertinentes ao presente certame. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da sociedade empresária, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

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

e) Caso a Licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados neste Edital.

A Licitação será processada mediante a entrega, pelas Licitantes, da documentação pertinente, em 5 (cinco) envelopes, conforme o que se segue:

3.2 A Proposta Técnica será apresentada em 3 (três) invólucros distintos e fechados, sendo um para a Proposta Técnica – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (ENVELOPE 1); um para a Proposta Técnica – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (ENVELOPE 2); e outro para a Proposta Técnica – Conjunto de Informações (ENVELOPE 3).

3.3 A Proposta de Preços será apresentada em 1 (um) invólucro (ENVELOPE 4).

3.4 Os Documentos de Habilitação serão apresentados, após convocação, em 1 (um) invólucro (ENVELOPE 5), fechado e rubricado no fecho, apenas pelas Licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.

3.5 As Propostas Técnicas e de Preços de cada Licitante – ENVELOPES 1 a 4 – deverão ser entregues ao presidente da Comissão Permanente de licitação no dia 11 de abril de 2014 às 10:00 horas, na sala de reuniões da Comissão, localizada no 2º (segundo) andar do Prédio da Prefeitura Municipal de Nova Lima.

3.5.1 As Propostas Técnicas e de Preços deverão ser entregues em invólucros separados, fechados e lacrados, conforme os itens 4.5 a 4.8 desse Edital, constando externamente os seguintes dizeres:



ENVELOPE 1

**PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO – VIA NÃO IDENTIFICADA
PREFEITURA DE NOVA LIMA
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2014
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE
NÃO ABRIR – DOCUMENTO DE LICITAÇÃO**

ENVELOPE 2

**PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO – VIA IDENTIFICADA
PREFEITURA DE NOVA LIMA
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO/PNL
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2014
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE
NÃO ABRIR – DOCUMENTO DE LICITAÇÃO
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE
ENDEREÇO / TEL / FAX / E-MAIL DA LICITANTE**

ENVELOPE 3

**PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES
PREFEITURA DE NOVA LIMA
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO/PNL
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2014
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE
NÃO ABRIR – DOCUMENTO DE LICITAÇÃO
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE
ENDEREÇO / TEL / FAX / E-MAIL DA LICITANTE**

ENVELOPE 4

**PROPOSTA DE PREÇOS
PREFEITURA DE NOVA LIMA
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO/PNL
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2014
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE
NÃO ABRIR – DOCUMENTO DE LICITAÇÃO
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE
ENDEREÇO / TEL / FAX / E-MAIL DA LICITANTE**

3.6 O ENVELOPE 1 – Plano de Comunicação – Via Não Identificada não deverá conter qualquer tipo de identificação e será fornecido pela CONTRATANTE, no ato da aquisição do edital, nos termos do item 4.6 deste Edital.



3.7 Não serão aceitos documentos ou propostas enviadas pelas Licitantes por qualquer tipo de via postal, fax, e-mail ou entregues antes da data e horários estabelecidos neste Edital, exceto remessa de desistência de recurso administrativo ou remessa de credenciamento.

3.8 O ENVELOPE 5, contendo os Documentos de Habilitação, será entregue nos termos de convocação específica daquelas Licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, assim identificado externamente:

ENVELOPE 5
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
PREFEITURA DE NOVA LIMA
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO/PNL
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2014
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE
NÃO ABRIR – DOCUMENTO DE LICITAÇÃO
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE
ENDEREÇO / TEL / FAX / E-MAIL DA LICITANTE

3.9 Os Documentos de Habilitação e/ou as Propostas recebidas abertas ou por fax não serão considerados.

4. PROPOSTA TÉCNICA

4.1 A Proposta Técnica, cujo conteúdo é especificado no ANEXO E deste Edital, será composta de um plano de comunicação publicitária pertinente às informações expressas no Briefing (ANEXO G) e de um conjunto de informações referentes à Licitante.

4.2 A Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação da Licitante para a execução do objeto desta Licitação. A não apresentação de qualquer documento exigido neste Edital ensejará a desclassificação da Proposta.

4.3 Todos os conteúdos deverão estar em língua portuguesa, salvo quanto aos termos técnicos de uso corrente, sem emendas, ressalvas ou rasuras, com páginas numeradas sequencialmente.

4.4 A Proposta Técnica consiste na apresentação dos quesitos especificados, em laudas quantificadas adiante, cada uma contendo no máximo 25 (vinte e cinco) linhas, com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12, com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página. Exceção para as peças do item 2.3 (ANEXO E), referente ao “Portfólio”, que deverão ser apresentadas em anexo; e para as peças do item 2.4 (ANEXO E), relativas aos “Cases”, que também deverão ser apresentadas em anexo.

4.5 A Proposta Técnica – ENVELOPES 1, 2 e 3 – deverá ser elaborada em estrita observância das condições indicadas no Briefing e deverá ser apresentada em 3 (três) invólucros distintos; os ENVELOPES 2 e 3 lacrados e etiquetados; o ENVELOPE 1 deverá ser lacrado internamente com cola comum de papel, não deixando externamente qualquer marca que possa identificar a Licitante.



4.6 O ENVELOPE 1, destinado à apresentação da Proposta Técnica – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, será padronizado e fornecido previamente pela CONTRATANTE, sem nenhum tipo de identificação.

4.6.1 O ENVELOPE 1 será entregue juntamente com o edital.

4.6.2 Para preservar – até a abertura do ENVELOPE 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o ENVELOPE 1 não poderá:

- a) apresentar palavra, marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da Licitante;
- b) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da Licitante.

4.7 No ENVELOPE 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, que terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

4.7.1 O ENVELOPE 2 deverá ser providenciado pela Licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

4.8 O ENVELOPE 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE 2.

4.8.1 O ENVELOPE 3 deverá ser providenciado pela Licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

4.9 Será desclassificada a Licitante que descumprir o disposto nos subitens 4.6.2 e 4.8 e demais disposições do instrumento convocatório.

5. PROPOSTA DE PREÇOS

5.1 A Proposta de Preços – ENVELOPE 4 – deve estar vinculada ao objeto licitado (Item 1 do presente Edital) e deverá ser apresentada tendo como referência a Lista de Custos Internos do SINAPRO – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – encontrada no site www.sinapro.com.br –, vigente à época da prestação dos serviços, observado o seguinte:

5.1.2 Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a fornecedores especializados cadastrados no Município de Nova Lima. A CONTRATANTE deverá pagar à agência honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores, exceto no caso previsto no subitem 5.1.3

5.1.3 Quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do



serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo a CONTRATANTE pagará à agência honorários de 5% (cinco por cento). na lei não há limite de desconto, ficando a critério da administração definir o percentual no edital.

5.1.4 Relativamente à veiculação, os serviços publicitários de que trata este Edital serão remunerados considerando-se o “desconto de agência” concedido pelos veículos sobre seus preços de tabela.

5.2 A Proposta de Preços deverá ser redigida em português, impressa por processo eletrônico, sem emendas, rasuras, borrões, acréscimos ou entrelinhas, em papel timbrado ou com carimbo padronizado da Licitante. Deverá ser datada e assinada na última folha, com o nome legível do signatário, responsável legal da Licitante. Deverá conter a denominação social, o endereço com CEP, telefone, fax, e-mail e o número desta Concorrência.

5.3 No preço cotado pelas Licitantes considerar-se-ão todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta Licitação, tais como: despesas com mão-de-obra, incluindo sobreaviso e horas-extras, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe, tributos e contribuições parafiscais, custos de administração, bem como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da Proposta.

5.4 Em nenhuma hipótese será concedido prazo adicional para apresentação ou complementação dos documentos ou permitida a sua retificação.

5.5 As Licitantes deverão apresentar, dentro do Envelope 4, uma única via da Proposta de Preços, onde deverão constar, obrigatoriamente, todos os textos contidos no modelo do ANEXO B, apresentado neste Edital.

5.6 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação.

5.7 A CONTRATANTE não pagará nenhum outro valor além do preço contratado, cabendo à Licitante considerar todos os custos diretos e indiretos, necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta Licitação, tais como: despesas com mão-de-obra, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe da Licitante, materiais, equipamentos, frete, seguros, tributos e contribuições parafiscais, assim como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.

5.7.1 Para fins de formulação de sua Proposta, as Licitantes deverão considerar como futura obrigação contratual o cumprimento dos princípios éticos de conduta profissional.

6. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Os Documentos de Habilitação, contidos no ENVELOPE 5, serão apresentados apenas pelas Licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, nos termos de convocação prevista no item 3.3.



Os Documentos de Habilitação, relacionados a seguir, deverão ser apresentados em uma única via, com as páginas numeradas sequencialmente, na forma original ou em cópias autenticadas, ou através de publicações de órgão de imprensa oficial. São eles:

6.1 Habilitação Jurídica

- a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresárias, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores, devidamente registrado na Junta Comercial e publicado.
- b) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.
- c) Registro Comercial, no caso de empresário.
- d) Decreto de autorização, em se tratando de sociedade empresária ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.
- e) Cópia da cédula de identidade e do CPF dos responsáveis legais da Licitante.

6.2 Regularidade Fiscal

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) do Ministério da Fazenda.
- b) Prova de inscrição – ou de sua isenção – no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, relativa ao domicílio ou sede da Licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratado.
- c) Prova de regularidade perante as Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da Licitante. A prova de regularidade para com a Fazenda Federal deverá ser feita mediante a apresentação da Prova de Quitação com a Receita Federal do Brasil (conjunta); a regularidade para com a Fazendas Estadual e Municipal, através da Certidão de Tributos Mobiliários do domicílio ou sede da Licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei.
- d) Prova de regularidade relativa à seguridade social, do Instituto Nacional do Seguro Social, INSS e do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço FGTS.
- e) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho - Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

OBS: Serão aceitos, além dos que possuem caráter permanente, documentos que expressem respectivas validades, desde que em vigor, ou, quando não declarada sua validade pelo emitente, expedidos 30 (trinta) dias, no máximo, da data designada para apresentação das propostas.



6.3 Qualificação Econômico-Financeira

a) Certidão negativa de falência, concordata ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica.

a.1) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis, apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação das Propostas.

b.1) A Licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência.

b.2) Entenda-se por “na forma da lei”:

I – Sociedades empresárias em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969).

II - Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da Licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976).

III - Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

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

- a) Do balanço referido na alínea “b” do subitem 6.3, **cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):**

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



Prefeitura Municipal
de Nova Lima

Ativo Total

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}}$$

Ativo Circulante

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

- b) Das demonstrações contábeis referidas na alínea “b1” do subitem 6.3, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, **terá de ser maior ou igual a um 1 (≥ 1)**:

Ativo Total

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

6.3.2 Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” do subitem 6.3.1 serão calculados pela Licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

6.3.3 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea “a”, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea “b”, todos do subitem 6.3.1, deverá, também, incluir no ENVELOPE 5 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais).

6.4 Qualificação Técnica

a) Registro da sociedade empresária na Associação Brasileira de Agências de Propaganda – ABAP ou no Sindicato da classe no Estado ou cidade sede da Licitante, ou declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, caso não exista sindicato de classe no Estado.

b) Certificado de Qualidade Técnica expedido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão, nos termos do art. 4º, § 1º da Lei Federal 12.232/2010.

c) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características qualitativas e quantitativas com o objeto da Licitação, mediante apresentação de atestado de capacidade técnica expedido por pessoas jurídicas de direito público ou privado que tenham sido ou estejam sendo atendidos pela Licitante.



d) Relação da estrutura básica da Licitante, contendo indicação das instalações e do aparelhamento adequado e disponível para a execução dos serviços, bem como da Equipe Técnica que se responsabilizará pelos trabalhos.

6.4.1 A CONTRATANTE reserva-se o direito de conferir as informações prestadas por meio de consultas e visitas às sociedade empresárias emitentes dos atestados.

6.5 Declaração, em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, de que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menor de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, para efeito do disposto no inciso V do artigo 27 e inciso XVIII, do artigo 78 da Lei 8.666, de 21/06/1993; salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos, na forma da Lei; em papel timbrado, datada e assinada pelo representante legal da sociedade empresária.

7. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

7.1 A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as Licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

8. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

8.1 Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

8.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por no mínimo 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

8.2.1 Na Subcomissão, 1/3 (um terço) de seus membros não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura de Nova Lima.

8.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Município de Nova Lima, sendo que pelo menos 3 (três) integrantes dessa relação não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura de Nova Lima.

8.3.1 A relação dos nomes será no Diário Oficial do Estado em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

8.3.2 O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura de Nova Lima.



8.3.3 A relação prevista no subitem 8.3.1 deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Município de Nova Lima.

8.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 8.3.1, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

8.3.5 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

8.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, na elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 8.

8.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 8.3.

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

8.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 8.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

8.4 Os envelopes com as Propostas Técnicas (ENVELOPES 1 a 3) e as Propostas de Preços (ENVELOPE 4) serão entregues ao Presidente ou membro da Comissão Permanente de Licitação, na data, horário e local determinados nesse Edital. Na sessão pública de abertura, nessa mesma data, os representantes legais das Licitantes, ou seus procuradores regularmente constituídos e presentes, assinarão a Lista de Presença.

8.4.1 É vedada a participação dos membros designados para a Subcomissão Técnica na sessão de abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas.

8.5 Os envelopes padronizados com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não serão aceitos pela Comissão Permanente de Licitação no caso de apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a Licitante.

8.6 É vedado o lançamento de qualquer código, sinal ou marca nos envelopes padronizados ou nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

8.7 Na sessão de abertura, a Comissão Permanente de Licitação abrirá os ENVELOPES 1 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação – Via Não Identificada; e ENVELOPES 3 – Proposta Técnica – Conjunto de Informações. As propostas serão rubricadas pelos seus respectivos membros e pelos representantes das Licitantes presentes à sessão, facultada a designação de um deles para representar todas as Licitantes.



8.8 Os Envelopes abertos e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

8.9 A Subcomissão Técnica procederá à análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (ENVELOPE 1) e do Conjunto de Informações (ENVELOPE 3), respeitado o procedimento e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste Edital, desclassificando as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas nesse instrumento, observado o disposto no subitem 4.9.

8.10 Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (1) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (2) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações; posteriormente as atas serão encaminhadas à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

8.11 Recebidas as atas de julgamento, a Comissão Permanente de Licitação convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) Abertura do Envelope 2 com a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- b) Cotejo entre as Vias Identificadas e as Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
- c) Verificação da Pontuação Total obtida pelas Licitantes, considerados os dois envelopes (1 e 3), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista nos itens IV a VII do Anexo F e desclassificação daquelas que não obtiverem a pontuação mínima exigida de 60% (sessenta por cento) do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (ENVELOPES 1 e 3).
- d) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica, obtendo-se a classificação dessa etapa, observado o disposto no item 2.3 do Anexo F.
- e) Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as Propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

8.12 Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da sua publicação, com a indicação das Licitantes desclassificadas e da ordem de classificação organizada pelo nome das Licitantes.

8.12.1 O recurso que cause alteração da classificação enseja a republicação do resultado e reabre o prazo recursal.

8.12.2 Admite-se novo recurso apenas se fundamentado em novas razões ou novos argumentos agregados ao resultado em razão do julgamento do recurso anterior.



8.13 Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Permanente de Licitação convocará sessão pública, com antecedência mínima de 2 (dois) dias úteis, destinada à abertura do ENVELOPE 4, com as Propostas de Preços das Licitantes classificadas na fase anterior, adotando-se o procedimento e regras previstas no Anexo F para o julgamento da Proposta de Preços e pontuação final.

8.14 Cabe recurso contra o resultado do julgamento final das Propostas, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da sua publicação.

8.14.1 O recurso que cause alteração da classificação final enseja a republicação do resultado no Diário Oficial do Município do Estado e reabre o prazo recursal.

8.14.2 Admite-se novo recurso apenas se fundamentado em novas razões ou novos argumentos agregados ao resultado, em razão do julgamento do recurso anterior.

8.15 Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, a Comissão Permanente de Licitação apurará a Licitante vencedora, nos termos do disposto no Anexo F, e convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à apresentação do ENVELOPE 5 – Documentos de Habilitação pelas Licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e nesse Edital.

8.15.1 A avaliação dos Documentos de Habilitação será feita com base nas disposições previstas no item 6 do Edital, consideradas habilitadas as que atenderem a todas as exigências ali previstas.

8.16 O resultado da Habilitação constará de ata de julgamento e será publicado no Diário Oficial do Estado, salvo se presentes as Licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando a comunicação poderá ser feita diretamente aos interessados e lavrada em ata, abrindo-se o prazo legal de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

8.17 Inabilitada a Licitante que tenha sido considerada vencedora, essa deverá ser desclassificada e excluída da lista de classificação final; a Comissão Permanente de Licitação repetirá os atos previstos a partir do item 8.15 acima, observando a nova classificação final.

8.18 Reconhecida a habilitação da Licitante vencedora, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto.

8.19 Em todas as sessões públicas serão lavradas atas circunstanciadas, assinadas pela Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das Licitantes presentes.

8.20 Das decisões da Comissão Permanente de Licitação cabem recursos administrativos, nos termos do art.109 da Lei nº 8.666/93. Não serão conhecidos recursos encaminhados via fax ou que não sejam dirigidos à Comissão, ou, ainda, entregues em local e horário diversos do estipulado no subitem 8.20.1. As decisões dos recursos serão comunicadas às Licitantes, mediante publicação no Diário Oficial do Município de Nova Lima.



Prefeitura Municipal
de Nova Lima

8.20.1 O recurso administrativo deverá ser protocolado no Departamento de Protocolo da Prefeitura Municipal de Nova Lima , de segunda a sexta-feira, de 09:00 às 17 horas, na sede da Prefeitura de Nova Lima.

9. RESULTADO DA CONCORRÊNCIA

O resultado final da Concorrência constará da Ata de Julgamento e será publicado no Diário Oficial do Estado , salvo se presentes as Licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando a comunicação poderá ser feita diretamente aos interessados e lavrada em ata, abrindo-se o prazo legal de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos, nos termos da Lei n.º 8.666/93.

10. SANÇÕES

10.1 A penalidade prevista no item 13.2 adiante poderá ser aplicada juntamente com as estabelecidas nas Cláusulas do Inadimplemento Contratual, da Rescisão e Penalidades da Minuta de Contrato, garantida a defesa prévia da Licitante interessada, no respectivo processo, no prazo de 2 (dois) dias úteis.

11. REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO DA LICITAÇÃO

11.1 A autoridade competente para determinar a contratação poderá revogar a Licitação em face de razões de interesse público, derivadas de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de qualquer pessoa, mediante ato escrito e fundamentado.

11.2 A anulação do procedimento licitatório induz à do Contrato. No caso de revogação ou anulação da presente Licitação, ficam assegurados o contraditório e a ampla defesa.

12. RECEBIMENTO DO OBJETO

Os recebimentos provisório e definitivo serão realizados na forma do artigo 73, inciso I da Lei nº 8.666/93 e respectivas alterações, observadas as demais condições previstas neste item para o recebimento dos serviços.

13. ASSINATURA DO CONTRATO

13.1 Após a homologação da Concorrência pela autoridade competente, a Licitante vencedora será convocada para assinar o respectivo Contrato, nos termos das minutas inclusas neste Edital, no prazo de 5 (cinco) dias após a notificação pela CONTRATANTE, relativamente ao primeiro instrumento e após 5 (cinco) dias da 2ª notificação para assinatura do contrato correspondente.

13.2 A recusa da adjudicatária em assinar os instrumentos referenciados no prazo estabelecido no item anterior caracterizará o descumprimento integral da obrigação assumida, sujeitando-a a multa de 10% (dez por cento) do valor total a contratar, sem prejuízo das demais penalidades previstas neste Edital e na Lei 8.666, de 21/06/93 e outras sanções de natureza cadastral.



13.3 Na hipótese acima, a adjudicatária decairá do direito à contratação, reservando-se a CONTRATANTE o direito de convocar a segunda classificada, e assim sucessivamente, para negociações, observadas as condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto ao preço.

13.4 O foro competente para dirimir quaisquer controvérsias oriundas da presente Concorrência será o da Comarca de Nova Lima – MG, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

13.5 Quando da celebração de termos aditivos ao Contrato, será exigido da CONTRATADA o Certificado de Regularidade da Situação do FGTS, a Certidão Negativa de Débito do INSS/CND e a Certidão Negativa de Falência, requerida ou decretada.

14. ACOMPANHAMENTO DO CONTRATO

14.1 As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o Contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

14.1.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

14.2 A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do Contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

15. DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

15.1 Os custos e as despesas de veiculação apresentados à CONTRATANTE para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de sociedade empresária independente.

15.1.1 Nas praças não cobertas por serviço de checagem, deve ser apresentada Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela sociedade empresária que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da sociedade empresária, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação. Esta declaração deverá ter firma reconhecida notarialmente.

15.2 Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

15.3 É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda; os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no subitem 15.2 acima.



15.3.1 A equação econômico-financeira definida na Licitação e no Contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem 15.3 acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

15.3.2 Sob pena de aplicação das sanções previstas no caput do artigo 87 da Lei 8.666/93, a agência de propaganda não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo previstos no subitem 15.3 aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

15.3.3 O desrespeito ao disposto no item acima constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993.

15.4 Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

15.5 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do Contrato, previstas no item 1.3 deste Edital.

15.6 O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pela CONTRATADA à CONTRATANTE de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas ou sociedade empresárias que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

15.6.1 No caso do item precedente, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do Contrato.

15.6.1.1.O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no subitem acima.



16. ANEXOS QUE INTEGRAM ESTE EDITAL:

- 1- ANEXO A – Condições Gerais para Apresentação das Propostas.
- 2- ANEXO B – Modelo de Carta-Proposta.
- 3- ANEXO C – Minuta do Contrato.
- 4- ANEXO D – Declaração sobre Emprego de Menor.
- 5- ANEXO E – Conteúdo da Proposta Técnica.
- 6- ANEXO F – Procedimento para Julgamento das Propostas
- 7- ANEXO G – Briefing para a Elaboração da Proposta Técnica

Nova Lima, 17 de janeiro de 2014.

Cássio Magnani Junior
Prefeito Municipal

VISTO:

Procurador Geral do Município



ANEXO A

CONDIÇÕES GERAIS PARA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

1. CONDIÇÕES GERAIS

1.1 A simples apresentação de proposta importa irrestrita e irrevogável aceitação das condições da Licitação e dos termos deste Edital, por parte das participantes.

1.2 A não apresentação, no momento próprio, de qualquer documento exigido neste Edital, implicará a rejeição da proposta da interessada ou em sua desqualificação, se for o caso.

1.3 Observado o disposto no item anterior, a CONTRATANTE reserva-se o direito de solicitar esclarecimentos ou informações complementares relativos às Propostas e aos Documentos de Habilitação apresentados, bem como exigir a exibição do documento original, caso haja dúvida quanto à autenticidade da cópia. A falta ou insuficiência do atendimento dessa solicitação excluirá a interessada do processo seletivo.

1.4 Os elementos contidos neste Edital são meramente informativos e, em consequência, não significam obrigação contratual por parte da CONTRATANTE que, por razões de ordem legal, reserva-se o direito de modificá-los, devendo comunicar às sociedades empresárias interessadas as alterações processadas.

1.4.1 As alterações promovidas serão publicadas da mesma forma como se deu a publicação original.

1.5 Até a celebração do Contrato, a CONTRATANTE reserva-se o direito de, a seu exclusivo critério, revogar a Licitação, por interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou mediante provocação de terceiros, bem como cancelar a adjudicação e desclassificar a Proposta vencedora, se tomar conhecimento de fato, anterior ou posterior ao julgamento, que demonstre dolo ou má fé da Licitante, ou que comprometa a sua idoneidade técnica, financeira ou administrativa, sem que destas decisões possam resultar, em qualquer caso, reclamações ou direito a indenização de espécie alguma.

1.6 Nenhuma sociedade empresária participante deste processo de seleção pode ignorar a legislação no que diz respeito aos efeitos da execução do Contrato pela vencedora.

1.7 As sociedades empresárias participantes serão representadas nos atos e reuniões da Concorrência por seus representantes legais e/ou por procurador devidamente constituído por instrumento de mandato, entregando os documentos comprobatórios à Comissão Permanente de Licitação na sessão pública de abertura dos ENVELOPES.



Prefeitura Municipal
de Nova Lima

ANEXO B

MODELO DE CARTA-PROPOSTA

Assunto: Concorrência nº 003/2014

Data: ___ / ___ / ____

Objeto: Contratação de serviços de publicidade através de agência de publicidade e propaganda.

Prezados Senhores;

Após tomarmos conhecimento de todos os documentos deste Edital de Licitação, submetemos à apreciação da CONTRATANTE a nossa Proposta.

Certificamos que todos os documentos foram examinados e assumimos total responsabilidade por quaisquer erros ou omissões na preparação desta Proposta.

Confirmamos a disponibilidade de equipamentos e equipe técnica necessários à execução dos serviços.

Proposta: Percentual de desconto concedido sobre os custos internos de produção (criação e montagem) de propaganda, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do SINAPRO – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

PERCENTUAL DO DESCONTO CONCEDIDO: % (.....extenso.....)

Obs.: Não se admitirá proposta que apresente preços globais ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos.

No caso de adjudicação do objeto licitado, concordamos em assinar o Contrato no prazo estabelecido pela CONTRATANTE.

Declaramos:

- aceitar integralmente as regras desta Concorrência, bem como a legislação a que ela está subordinada;
- não adotar relação trabalhista caracterizando trabalho forçado ou análogo a trabalho escravo, para fins do disposto nas Leis n ° 9.777, de 30/12/1998, n° 10803, de 11/12/2003 e Lei Complementar n° 75, de 20/05/93;
- conhecer o volume de serviços a serem executados, bem como possuir equipe técnica qualificada que atenda à perfeita prestação dos serviços objeto desta contratação.



As condições apresentadas nesta Proposta serão mantidas por um período de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação.

Caso nossa sociedade empresária seja declarada vencedora, a pessoa indicada para assinatura do instrumento contratual é: (nome completo, cargo/qualificação, CPF ou Identidade).

Assinatura do representante legal da Licitante

(Indicar dados do representante legal: nome, Identidade, CPF, endereço, telefone)

Razão Social da Licitante
CNPJ/MF:



Prefeitura Municipal
de Nova Lima

ANEXO C

2 - MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO N.º PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º

Contrato de prestação de serviços que entre si celebram o Município de Nova Lima, por intermédio da Secretaria de Comunicação Social, e a sociedade empresária.....

O MUNICÍPIO DE NOVA LIMA, neste ato representado por seu Prefeito, Sr. Cassio Magnani Junior, doravante denominado **MUNICÍPIO** ou **CONTRATANTE**; e, CNPJ n.º....., pelo seu representante infra-assinado, Sr., CPF n.º, RG n.º, doravante denominada **CONTRATADA**, considerando o resultado da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA n.º 003/2014**, conforme consta do Processo Administrativo n.º 590/2012, firmam o presente Contrato, obedecidas as disposições das Leis Federais n.º. 4.680, de 18 de junho de 1965; n.º 8666, de 21 de junho de 1993; e n.º 12.232, de 29 de abril de 2010; bem como o disposto no Decreto Federal n.º. 57.690, de 1º de fevereiro de 1966; no Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, de 1978; e nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, de 16 de dezembro de 1998, regidas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão; e demais disposições contidas neste instrumento.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

Este Contrato tem por objeto a prestação de serviços de propaganda e publicidade, sendo estes entendidos como os definidos na Lei Federal n.º 12.232/2010, de acordo com as especificações e detalhamentos do Edital de Licitação, modalidade Concorrência Pública n.º 003/2014 e seus anexos que, juntamente com a proposta da CONTRATADA, passam a integrar este instrumento, independentemente de transcrição.

§1º Para a execução dos serviços objeto do presente Contrato, quando se tratar de veiculação de matéria relativa a publicidade institucional, não fica a Administração Pública Municipal impedida de contratar diretamente com o Diário Oficial do Estado, sem que caiba à CONTRATADA pagamento relativo a estes serviços.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO

A CONTRATADA será remunerada na forma das disposições legais aplicáveis à espécie, obedecido o desconto fixo concedido na sua Proposta de Preço, ou seja, ___% (___), sobre os custos internos de produção estabelecidos na Lista de Referência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.



§ 1º Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a fornecedores especializados, desde que credenciados pelo Município de Nova Lima. A CONTRATANTE deverá pagar à agência honorário de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores.

§ 2º Quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo a CONTRATANTE pagará à agência honorário de 5% (cinco por cento).

§ 3º O preço referido no caput desta cláusula inclui todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita execução dos serviços, tais como as despesas com mão-de-obra e os encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal e de seguros, tributos e contribuições parafiscais, assim como o lucro, razão pela qual nenhum outro valor será devido pela CONTRATANTE em decorrência da execução dos serviços contratados.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO LOCAL E DO RECEBIMENTO

A CONTRATADA obriga-se a executar o objeto descrito neste contrato e no Edital da Concorrência Pública nº. 003/2014 junto à Secretaria Municipal de Comunicação Social da Prefeitura de Nova Lima.

I - A execução do objeto dar-se-á nas condições estabelecidas neste Contrato e no Edital da Concorrência Pública nº 003/2014, mediante solicitação da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Nova Lima.

II – O recebimento do objeto pela CONTRATANTE dar-se-á por meio dos seguintes procedimentos, observado o disposto no art. 74 da Lei Federal nº. 8.666/93:

a) **provisoriamente**, para efeito de posterior verificação da conformidade do objeto com as especificações contidas no Anexo E, e, encontrada alguma irregularidade, será fixado prazo para correção pela CONTRATADA;

b) **definitivamente**, após 30 dias, mediante a verificação do atendimento às especificações contidas no Anexo E e conseqüente aceitação.

III – Havendo necessidade de correção por parte da CONTRATADA, os prazos de pagamento serão suspensos e será considerado o fornecimento em atraso. Fica a CONTRATADA sujeita à aplicação de multa sobre o valor considerado em atraso e, conforme o caso, a outras sanções estabelecidas na Lei e neste instrumento.

IV – Em caso de irregularidade não sanada pela CONTRATADA, a CONTRATANTE reduzirá a termo os fatos ocorridos para aplicação de sanções.



Prefeitura Municipal
de Nova Lima

CLÁUSULA QUARTA – DO PAGAMENTO

O pagamento será efetuado no prazo de 30 (trinta) dias corridos da data do recebimento definitivo, pela CONTRATANTE, acompanhado dos documentos fiscais relativos aos serviços executados, inclusive por terceiros, e desde que previamente autorizados, obrigando-se a CONTRATADA a:

I – efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros até o prazo de até 3 (três) dias úteis após o efetivo pagamento pela CONTRATANTE.

II – apresentar à Secretaria Municipal de Comunicação Social, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis após o pagamento das notas fiscais pela Prefeitura, os comprovantes de liquidação das Notas Fiscais dos fornecedores.

§ 1º As Notas Fiscais/ Faturas deverão ser emitidas com a expressa indicação do número do Contrato, a descrição da campanha a que se refere, destaque dos impostos incidentes e eventuais deduções e/ou retenções legais, e apresentadas juntamente com os documentos que comprovem as despesas realizadas, sob pena de não liberação dos pagamentos.

§ 2º As Notas Fiscais/Faturas deverão ser encaminhadas pela CONTRATADA para a Secretaria Municipal de Comunicação Social, nos endereços citados no cabeçalho deste Contrato, emitidas em nome do Município de Nova Lima, salvo indicação específica.

§ 3º As Notas Fiscais que apresentarem incorreções serão devolvidas à CONTRATADA e o prazo para o pagamento passará a correr a partir da data da reapresentação do documento considerado válido pela CONTRATANTE.

§ 4º O pagamento fica condicionado à regularidade da CONTRATADA perante o Cadastro de Fornecedores do Município de Nova Lima, garantindo a manutenção dos requisitos de habilitação previstos no Edital.

§ 5º Na hipótese de irregularidade, a CONTRATADA deverá regularizar sua situação perante o Cadastro. O prazo para pagamento será interrompido, reiniciando a contagem a partir da data de sua regularização.

CLÁUSULA QUINTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

As despesas decorrentes desta contratação, para o exercício de 2014, correrão por conta das dotações orçamentárias:, da Secretaria Municipal de Comunicação Social.

§ 1º As verbas porventura repassadas pelo Governo Federal ou por outros organismos, decorrentes ou não de assinaturas de convênios, serão acobertadas por dotação orçamentária específica.

CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES

Constituem obrigações das partes:

I - DA CONTRATANTE

1. fiscalizar e avaliar a execução do Contrato, através de agente previamente designado, podendo, para tanto, vistoriar, solicitar a emissão de relatórios gerenciais e auditar os relatórios de prestação do serviço elaborados pela CONTRATADA;
2. proporcionar à CONTRATADA o acesso às informações e documentos necessários ao desenvolvimento dos serviços;
3. comunicar à CONTRATADA, imediatamente e por escrito, toda e qualquer irregularidade, imprecisão ou desconformidade verificada na execução do Contrato, assinalando-lhe prazo para que a regularize sob pena de serem aplicadas as sanções legais e contratuais previstas;
4. promover o recebimento provisório e o definitivo no prazo fixado;
5. efetuar o pagamento no prazo fixado neste Contrato;
6. aprovar previamente os trabalhos a serem executados e respectivos custos.

II - DA CONTRATADA

1. mobilizar e disponibilizar todos os recursos necessários à prestação dos serviços;
2. prestar os serviços que compõem o objeto deste Contrato, nas condições estabelecidas no Edital e seus anexos;
3. cumprir as ordens de serviço emitidas pela CONTRATANTE;
4. cumprir todas as normas éticas e técnicas aplicáveis para a boa execução dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros;
5. providenciar a imediata correção das deficiências apontadas pela CONTRATANTE quanto à execução dos serviços;
6. responsabilizar-se por todas as despesas envolvidas na prestação de serviços;
7. iniciar os serviços no prazo fixado pela CONTRATANTE, em exato cumprimento às especificações no Edital e seus anexos, bem como o descrito nas autorizações de serviços;
8. observar datas e horários determinados pela CONTRATANTE para a prestação dos serviços;
9. fornecer todas as informações solicitadas pela CONTRATANTE no prazo determinado;



10. disponibilizar para a CONTRATANTE os contatos (telefone, endereço, e-mail, rádio, etc.) dos responsáveis pela execução dos serviços;
11. manter os dados cadastrais atualizados junto à CONTRATANTE;
12. manter, durante toda a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação exigidas na Licitação;
13. arcar com eventuais prejuízos causados à CONTRATANTE e/ou a terceiros, provocados por ineficiência ou irregularidade cometida por seus empregados, contratados ou prepostos envolvidos na execução do Contrato;
14. responsabilizar-se, civil e criminalmente, por quaisquer danos ou prejuízos causados por ação ou omissão de seus empregados, contratados ou prepostos envolvidos na execução do Contrato;
15. promover, em seu próprio nome e às suas expensas, as medidas judiciais ou extrajudiciais necessárias para reparar os danos e prejuízos causados, sendo de sua responsabilidade eventuais reclamações cíveis, criminais ou trabalhistas que possam surgir em decorrência do evento danoso;
16. exercer a fiscalização necessária ao perfeito cumprimento do Contrato, independentemente da fiscalização exercida pela CONTRATANTE;
17. manter um arquivo organizado com todos os documentos relacionados a este Contrato, tais como ordens e recomendações expedidas pela CONTRATANTE, registros de eventuais ocorrências e de fatos relevantes;
18. a CONTRATADA não poderá justificar o descumprimento de qualquer obrigação por inadequação de seu planejamento ou por falta de recursos;
19. responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as normas estatuídas pela legislação trabalhista, social e previdenciária, tanto no que se refere a seus empregados como a contratados e prepostos, responsabilizando-se, mais, por toda e qualquer autuação e condenação oriunda da eventual inobservância das citadas normas, aí incluídos acidentes de trabalho, ainda que ocorridos nas dependências da CONTRATANTE. Caso esta seja chamada a juízo e condenada pela eventual inobservância das normas em referência, a CONTRATADA obriga-se a ressarcir-la do respectivo desembolso, ressarcimento este que abrangerá despesas processuais e honorários de advogado arbitrados na referida condenação;
20. aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem no objeto deste contrato, em até 25% (vinte e cinco) do valor inicial atualizado, conforme previsto na Lei Federal nº 8.666/93;

21. apresentar planejamento de mídia e definição do impacto total desejado para cada campanha;
22. responsabilizar-se por qualquer infração do direito de uso de idéias, métodos ou processos legalmente protegidos, sendo que toda e qualquer violação ao direito autoral será de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, respondendo por eventuais indenizações;
23. transferir para a CONTRATANTE os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto do presente Contrato, relativamente aos serviços da agência;
24. atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e previsão de pagamento;
25. apresentar à CONTRATANTE, para pagamento, os custos e as despesas de veiculação acompanhados de demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como dos comprovantes impressos ou planilhas das inserções veiculadas.
26. repassar à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, diretamente ou por intermédio da agência, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação;
27. encaminhar mensalmente à CONTRATANTE, para fins de controle do saldo contratual, mediante recibo, o relatório de controle dos gastos efetivamente realizados e devidamente aprovados.

CLÁUSULA SETIMA – DAS SANÇÕES

O atraso e a inexecução parcial ou total do Contrato caracterizam descumprimento das obrigações assumidas e permitem a aplicação das seguintes sanções pela CONTRATANTE:

I - advertência por escrito;

II - multa, nos seguintes limites máximos:

a) 0,3% (três décimos por cento) por dia, até o trigésimo dia de atraso, sobre o valor do fornecimento não realizado;

b) 20% (vinte por cento) sobre o valor do fornecimento não realizado, no caso de atraso superior a 30 (trinta) dias, ou entrega de objeto com vícios ou defeitos ocultos que o torne impróprio ao uso a que é destinado, ou diminuam-lhe o valor ou, ainda, fora das especificações contratadas.

III - suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Municipal.



§ 1º São consideradas situações caracterizadoras de descumprimento total ou parcial das obrigações contratuais:

I - não atendimento às especificações técnicas relativas a bens, serviços ou obra prevista em contrato ou instrumento equivalente;

II - retardamento imotivado de fornecimento de bens, da execução de obra, de serviço ou de suas parcelas;

III - paralisação do serviço ou de fornecimento de bens, sem justa causa e prévia comunicação à Administração Pública Municipal;

IV - entrega de mercadoria falsificada, furtada, deteriorada, danificada ou inadequada para o uso, como se verdadeira ou perfeita fosse;

V - alteração de substância, qualidade ou quantidade da mercadoria fornecida;

VI - prestação de serviço de baixa qualidade;

§ 2º A sanção de multa poderá ser aplicada cumulativamente às demais sanções previstas nesta cláusula.

§ 3º A aplicação das sanções observará o devido processo administrativo, respeitando-se a ampla defesa e o contraditório.

CLÁUSULA OITAVA – DA FISCALIZAÇÃO

A fiscalização da execução do Contrato será exercida por agente da CONTRATANTE, devidamente designado para tanto, ao qual competirá zelar pela perfeita execução do objeto, em conformidade com o previsto no Edital e seus anexos, na proposta da CONTRATADA e neste instrumento.

§ 1º Em caso de eventual irregularidade, inexecução ou desconformidade na execução do Contrato, o agente fiscalizador dará ciência à CONTRATADA, por escrito, para adoção das providências necessárias para sanar as falhas apontadas.

§ 2º A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA por quaisquer irregularidades, inexecuções ou desconformidades havidas na execução do objeto, aí incluídas imperfeições de natureza técnica ou aquelas provenientes de vício redibitório, como tal definido pela lei civil.

§ 3º A CONTRATANTE reserva-se o direito de rejeitar, no todo ou em parte, o objeto da contratação, caso o mesmo afaste-se das especificações do Edital, seus anexos e da Proposta da CONTRATADA.

§ 4º Fica designado o senhor, como o responsável pela fiscalização deste instrumento.



CLÁUSULA NONA – DA VIGÊNCIA

Este Contrato tem vigência por 12 (doze) meses, a partir da publicação do seu extrato no Diário Oficial do Município. Esse contrato não pode ser aditivado de um ano para o outro (vide Consulta de nº 736.572 do TCEMG).

CLÁUSULA DÉCIMA – DA RESCISÃO

De acordo com o art. 79 da Lei nº. 8.666/93, a rescisão do Contrato poderá ser:

I - por ato unilateral e escrito da Administração Municipal, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do artigo 78 da supracitada Lei;

II - amigável, por acordo entre as partes, reduzido a termo no processo respectivo, desde que haja conveniência para a Administração Municipal;

III - judicial, nos termos da legislação.

§ 1º Na hipótese de a rescisão ser procedida por culpa da CONTRATADA, fica a CONTRATANTE autorizada a reter pagamentos eventualmente devidos, até o limite do valor dos prejuízos comprovados.

§ 2º Quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII do art. 78 da Lei nº. 8.666/93, sem que haja culpa da CONTRATADA, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

I - A tolerância com qualquer atraso ou inadimplência por parte da CONTRATADA não importará, de forma alguma, em alteração contratual.

II - É vedado à CONTRATADA subcontratar total ou parcialmente o fornecimento do objeto deste Contrato.

III - O presente Contrato poderá ser alterado nos casos previstos pelo art. 65 de Lei nº 8.666/93, desde que devidamente fundamentado e autorizado pela autoridade competente.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA PUBLICAÇÃO

A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato do Contrato no Diário Oficial do Estado, em obediência ao disposto no parágrafo único do art. 61 da Lei Federal nº 8.666/93.



CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DO FORO

As partes elegem o foro da Comarca de Nova Lima para dirimir quaisquer dúvidas ou litígios decorrentes deste Contrato. E por estarem ajustadas, firmam este instrumento em 02 (duas) vias, de igual teor, juntamente com as testemunhas que também o assinam.

Nova Lima, ...de..... de 20...

PREFEITO MUNICIPAL

Secretário Municipal de Comunicação

.....
(contratada)

VISTO:

Procurador Geral do Município

Testemunhas

Nome:
CPF:

Nome:
CPF:

ANEXO D

DECLARAÇÃO

Ref.: (identificação da Licitação)

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

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz.

(cidade e data)

(representante legal)

Observação: Somente em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima.

A Declaração deve ser apresentada em papel com timbre da sociedade empresária declarante.



ANEXO E

CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

1. ENVELOPES 1 E 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

As Licitantes deverão apresentar os textos abaixo, elaborados a partir das informações do Briefing. Na contagem das laudas não serão consideradas as “páginas de rosto” de cada item.

1.1 Raciocínio Básico – Texto apresentado em formato A4, de até 10 (dez) laudas, com até 25 (vinte e cinco) linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12. O texto apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CONTRATANTE, a compreensão da Licitante sobre o objeto da Licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deve conter a avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pela CONTRATANTE, considerando a compreensão de suas atividades, de sua relação com seus diversos públicos e de sua dimensão social, política e econômica.

1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária – Texto apresentado em formato A4, de até 10 (dez) laudas, com até 25 (vinte e cinco) linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12. O texto indicará e defenderá as linhas gerais da Proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pela CONTRATANTE. Nele se definem os objetivos de comunicação e como a campanha publicitária apresentada no item “Ideia Criativa” pretende resolvê-los.

1.3 Ideia Criativa – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com até 25 (vinte e cinco) linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12. O texto conterá a resposta criativa da Licitante aos desafios e metas por ele explicitados na “Estratégia de Comunicação Publicitária”, com os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no Briefing; acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros e storyboards) de peças da campanha para cada meio de divulgação proposto pela Licitante.

1.3.1 As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outros meios deverão ser apresentadas em pranchas de dimensões compatíveis com o ENVELOPE 1; e as peças eletrônicas em CD ou DVD ou pen-drive. Fica estabelecido o limite de 3 (três) peças da campanha por meio sugerido. Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido de texto, de 5 (cinco) laudas, proposto acima.

1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto apresentado em formato A4, de até 10 (dez) laudas, com 25 (vinte e cinco) linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12, em que se explicitará e justificará a estratégia e as táticas sugeridas para a veiculação da campanha, em função da verba estabelecida, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir o público-alvo do Município de Nova Lima.

1.4.1 A Estratégia poderá considerar alternativas de mídias segmentadas; e deverá conter planilhas e quadro-resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, em função da verba estabelecida para a campanha apresentada. As planilhas e quadro-resumo não fazem parte do limite estabelecido de 10 (dez) laudas para este item.

2. ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

2.1 Capacidade de Atendimento – Texto apresentado em formato A4, de até 25 (vinte e cinco) laudas, com até 25 (vinte e cinco) linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12, para o conjunto dos subitens:

- a) Histórico da Licitante e perfil dos seus principais executivos.
- b) Indicação da estrutura operacional – localização, equipamentos e tecnologias disponíveis e outras informações pertinentes.
- c) Relação de clientes atendidos e respectivos produtos, com a data do início e término do atendimento (quando for o caso).
- d) Distribuição do número de empregados por departamento.
- e) Sistemas operacionais adotados nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, produção eletrônica e mídia e outras informações que a Licitante julgar relevantes.

2.2 Investimento em Estrutura de Atendimento – Texto apresentado em formato A4, de até 8 (oito) laudas, com até 25 (vinte e cinco) linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12, através do qual a Licitante especificará investimentos em estrutura ou serviços a serem colocados, sem ônus, à disposição do Cliente.

2.2.1 No texto acima, discriminar se a agência possui acordos operacionais, parcerias ou sociedades empresárias coligadas, que irão oferecer ao Cliente bancos de dados, serviços de institutos de pesquisas, ferramentas que avaliem a eficácia da comunicação, acompanhamento de mídia, escritórios ou filiais em outros estados que, caso necessário, possam ser usados para apoio à comunicação da Licitante fora do território de Minas Gerais.

2.3 Portfólio – Conjunto de trabalhos realizados pela Licitante, com no mínimo 10 (dez) e no máximo 12 (doze) doze peças de qualquer natureza, apresentados em anexo. com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes em CDs ou DVDs e os spots e jingles em CDs. As fichas técnicas deverão conter a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida e o mês e ano de sua veiculação. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com, no máximo, 42cm x 30cm (formato A3).

2.4 Cases – Duas campanhas de propaganda completas, desenvolvidas anteriormente pela Licitante, com apresentação de relato dos problemas que cada campanha se propôs resolver e os resultados alcançados, referendado com a assinatura do anunciante, em até 4 (quatro) laudas cada relato. Em anexo, deverão estar 5 (cinco) exemplos, no máximo, das peças utilizadas. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com, no máximo, 42cm x 30cm (formato A3).

ANEXO F

PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

I. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital e a seguir.

II. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

No julgamento das Propostas Técnicas serão adotados os seguintes procedimentos:

1. A Subcomissão Técnica receberá e analisará, separadamente, dois grupos de envelopes contendo as Propostas Técnicas apresentadas pelas Licitantes: os ENVELOPES 1, relativos ao Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada; e os ENVELOPES 3, relativos ao Conjunto de Informações.

2. A nota de cada Licitante, relativa a cada grupo de envelopes, será a soma das notas recebidas em cada subitem abaixo, considerando a seguinte pontuação máxima:

- ENVELOPE 1 – Plano de Comunicação Via Não Identificada

- a) Raciocínio Básico: 20 pontos
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 15 pontos
- c) Idéia Criativa: 20 pontos
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 5 pontos.

TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS: 60 PONTOS

- ENVELOPE 3 – Conjunto de Informações

- a) Capacidade de Atendimento: 12 pontos
- b) Investimento em Estrutura de Atendimento: 12 pontos
- c) Portfólio: 8 pontos
- d) Cases: 8 pontos

TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS: 40 PONTOS

2.1 As Propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a Subcomissão Técnica observar os seguintes aspectos no julgamento de cada quesito:

2.1.1 No Plano de Comunicação Publicitária:

2.1.1.1 “Raciocínio Básico” (20 pontos):

- a) O conhecimento da ação governamental municipal e da comunicação de governos municipais, no atual contexto social, político e econômico. (5 pontos)
- b) O conhecimento das características da atual Administração do Município de Nova Lima e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação. (5 pontos)
- c) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo Briefing. (5 pontos)
- d) O posicionamento publicitário proposto e o entendimento das formas de relação entre a CONTRATANTE e seus diversos públicos. (5 pontos)

2.1.1.2 “Estratégia de Comunicação Publicitária” (15 pontos):

- a) O entendimento das questões e desafios apresentados no Briefing e a coerência, qualidade e viabilidade da estratégia proposta. (7 pontos)
- b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da CONTRATANTE com seus diversos públicos, além de suas possibilidades de execução dentro dos parâmetros estabelecidos no Briefing. (5 pontos)
- c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (3 pontos)

2.1.1.3 “Ideia Criativa” (20 pontos):

- a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto nos subitens anteriores. (5 pontos)
- b) A pertinência com as atividades da CONTRATANTE e com a sua inserção na sociedade. (5 pontos)
- c) A qualidade criativa das peças e a compatibilidade da linguagem com os meios propostos. (7 pontos)
- d) A originalidade e simplicidade das idéias apresentadas e a exequibilidade das peças. (3 pontos)

2.1.1.4 “Estratégia de Mídia e Não Mídia” (5 pontos):

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos. (1 ponto)
- b) O raciocínio estratégico e tático formulado e sua coerência com o planejamento apresentado nos subitens anteriores. (2 pontos)
- c) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios convencionais e alternativos. (2 pontos)

2.1.2 No Conjunto de Informações:

2.1.2.1 “Capacidade de Atendimento” (12 pontos):

- a) A experiência demonstrada no atendimento à gama de clientes apresentada. (4 pontos)
- b) O quadro de profissionais que será disponibilizado, através do “curriculum” dos principais executivos da Licitante nas áreas de planejamento, criação, mídia, atendimento, produção gráfica e produção eletrônica; e as estruturas técnica e operacional da Licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida. (6 pontos)
- c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a Licitante e a equipe da CONTRATANTE. (2 pontos)

2.1.2.2 “Investimento em Estrutura de Atendimento” (12 pontos):

- a) Os investimentos e facilidades em estrutura ou serviços a serem colocados à disposição do Cliente, em especial bancos de dados e pesquisas de opinião ou audiência. (6 pontos)
- b) Acordos operacionais com sociedades empresárias ou consultorias especializadas em áreas não cobertas diretamente pela Licitante. (6 pontos)

2.1.2.3 “Portfólio” (8 pontos):

- a) A qualidade e adequação do trabalho criativo e a qualidade de execução dos trabalhos. (4 pontos)
- b) A pertinência da solução apresentada ao problema de comunicação. (4 pontos)

2.1.2.4 “Cases” (8 pontos):

- a) O encadeamento lógico da exposição e a evidência de planejamento publicitário. (4 pontos)
- b) A consistência dos resultados apresentados pela campanha. (4 pontos)

2.2 A nota atribuída a determinado quesito será proporcional ao cumprimento de todos os aspectos acima citados para cada um deles.

2.3 Cada aspecto será avaliado em relação aos requisitos constantes deste Edital e seus anexos e, ainda, comparativamente em relação às demais propostas apresentadas, mediante justificativa expressa que aponte as diferenças existentes entre elas, sendo-lhes atribuídas notas que variarão conforme a seguinte escala: PÉSSIMO (de 0 a 20% da nota máxima possível) – RUIM (de 21 a 40% da nota) – REGULAR (de 41 a 60% da nota) – BOM (de 61 a 80% da nota) – MUITO BOM (de 81 a 90% da nota) – ÓTIMO (de 91 a 100% da nota).

III. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS

Para efeito de julgamento pela Subcomissão Técnica, serão classificadas somente as Propostas Técnicas que obtiverem, no mínimo, 60% (sessenta por cento) do total de pontos de cada grupo, ou seja, 36 (trinta e seis) pontos no Plano de Comunicação – Via não Identificada e 24 (vinte e quatro) pontos no Conjunto de Informações.

IV. DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS

Serão desclassificadas as Propostas:

- a) Que não contiverem todos os dados exigidos no Edital.
- b) Em que as Licitantes não demonstrarem possuir a qualificação, a experiência e a estrutura administrativa e técnica necessárias e adequadas para garantir a realização e conclusão do objeto licitado, obtendo índice de pontuação inferior ao estabelecido no item III acima ou zero em qualquer um dos quesitos.
 - b.1) Será determinada a pontuação obtida pelas Licitantes em cada envelope por meio do somatório das médias aritméticas das notas atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica a cada um dos quesitos, observado o seguinte:
 - b.2) A pontuação atribuída a um quesito sempre deverá ser reavaliada quando a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída por cada membro da Subcomissão Técnica for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito.
 - b.3) Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica autores das pontuações consideradas destoantes deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado; a ata será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da Licitação.

V. HIPÓTESE DE DESCLASSIFICAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA

Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da Licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da Licitante antes do cotejo que identificará a autoria do Plano de Comunicação Publicitária (ENVELOPE 1).

VI. ELABORAÇÃO DE ATAS RELATIVAS AO JULGAMENTO

Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (i) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e (ii) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações; posteriormente, essas atas serão encaminhadas à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

VII. PONTUAÇÃO NECESSÁRIA PARA CLASSIFICAÇÃO

Após identificada a autoria do Plano de Comunicação Publicitária pela Comissão Permanente de Licitação, serão desclassificadas as Proponentes que não obtiverem o mínimo de pontos estabelecido no item **III** acima.

VIII. CÁLCULO DA NOTA DA PROPOSTA TÉCNICA

Apuradas as pontuações de cada Licitante classificada na Etapa Técnica, será atribuída nota 10 (dez) àquela que houver obtido o maior número de pontos no conjunto da Proposta Técnica, atribuindo-se às demais notas diretamente proporcionais à sua classificação, por pontos, em relação àquela que recebeu nota 10 (dez), de acordo com a seguinte fórmula:

$$NPT = 10 \times \frac{Ti}{To}$$

onde:

NPT = nota da Proposta Técnica em exame, para efeito de sua classificação;

Ti = pontuação da Proposta Técnica em exame,

To = pontuação da melhor Proposta Técnica.

IX. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

1. A Proposta de Preços conterà quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário.

2. As Propostas de Preços das Licitantes classificadas na fase anterior serão avaliadas e classificadas de acordo com os pontos atribuídos, da seguinte forma: 10 (dez) pontos à Proposta que oferecer maior percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção (criação e montagem) das sociedades empresárias, apurados em relação aos previstos na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme a seguinte fórmula:

$$NPP = 10 \times \frac{VNPdP}{VNMPdP}$$

Onde

NPP = Nota da Proposta de Preços;

VNPdP = Valor numérico do percentual de desconto proposto;

VNMPdP = Valor numérico do maior percentual de desconto proposto.

3. Com base na análise dos fatores indicados, a Comissão fará a classificação das Propostas de Preços, desclassificando aquelas que não apresentarem desconto ou apresentarem desconto de 100% (cem por cento) sobre os custos internos de produção (criação e montagem) de propaganda, renunciando à totalidade da remuneração.

4. Se todas as propostas forem desclassificadas, a Comissão poderá fixar para as Licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas, escoimadas das causas que tenham determinado a desclassificação. As novas propostas deverão ser apresentadas em envelopes lacrados, que serão recebidos em sessão pública, observando-se o procedimento de avaliação e julgamento estabelecido nos subitens anteriores.

X. CLASSIFICAÇÃO FINAL

1. A classificação das Licitantes far-se-á, dessa forma, de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas Técnica e de Preços, considerando que a Proposta Técnica terá como pontuação máxima 80% (oitenta por cento) do total possível de pontos e a Proposta de Preços terá como pontuação máxima 20% (vinte por cento) do total possível de pontos.

1.1. As notas das Propostas Técnicas terão peso 8 (oito) e as notas das Propostas de Preços terão peso 2 (dois), sendo classificadas as Licitantes segundo a ordem decrescente da nota média ponderada, obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

$$NMPF = \frac{(8 \times NPT) + (2 \times NPP)}{10}$$

onde:

NMPF = Nota Média Ponderada Final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NPP = Nota da Proposta de Preços

1.2. No cálculo da Nota Média Ponderada Final (NMPF), será adotada a precisão até a segunda casa após a vírgula e arredondamento para o centésimo superior para valores iguais ou superiores a 0,005.

1.3. Para efeito de desempate entre as Licitantes que obtiverem a mesma Nota Média Ponderada Final, será considerada a maior nota obtida nos seguintes quesitos, pela ordem:

- a) Raciocínio Básico
- b) Idéia Criativa
- c) Estratégia de Comunicação Publicitária
- d) Portfólio
- e) Capacidade de Atendimento
- f) Investimento em Estrutura de Atendimento
- g) Estratégia de Mídia e Não Mídia
- h) Cases.

1.4. Persistindo o empate na classificação final, após verificadas as normas de desempate estabelecidas acima, a Concorrência será decidida por sorteio, em sessão pública, para a qual serão todas as Licitantes convocadas.

XI. APURAÇÃO DOS VENCEDORES

Ultrapassado o prazo recursal e homologado o resultado do julgamento pela autoridade competente da CONTRATANTE, o Contrato objeto deste Edital será adjudicado à Licitante que obtiver maior Nota Média Ponderada Final.



Prefeitura Municipal
de Nova Lima

ANEXO G

BRIEFING PARA A ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1. SITUAÇÃO GERAL

2. DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

4. ABRANGÊNCIA DA COMUNICAÇÃO

5. PÚBLICO-ALVO: SEGMENTOS

6. PERÍODO DA CAMPANHA A SER APRESENTADA

7. VERBA REFERENCIAL DA CAMPANHA A SER APRESENTADA



Briefing

O transbordo do Vetor Sul de Belo Horizonte em Nova Lima

Nova Lima, município eleito pelo Programa das Nações Unidas (Pnud) com o melhor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de Minas Gerais, cresce de maneira rápida. Nos últimos anos, de acordo com o IBGE, o município apresentou um crescimento de 21%. Para ter uma ideia do que isso representa, a cidade passou de 72.207 moradores em 2007 para 87.391 em 2013. Mesmo com esse crescimento, conta com 800 nascentes e 62% do território formado por reservas naturais.

O posicionamento junto a importantes rodovias para o país (MG-030, BR-040 e MG-437), por sua vez, contribui para um desenvolvimento cada vez mais dinâmico. Nesse contexto, a mineração ainda se apresenta como a maior fonte de renda, cujo mercado é entendido como um duopólio das empresas Vale e AngloGoldAshanti.

Obviamente, a ampliação no número de empresas e pessoas acarreta em diversas e criteriosas revisões dos parâmetros urbanísticos. Além das novas regras que estão sendo estabelecidas para a efetivação dos empreendimentos da cidade, entende-se que é essencial que as pessoas se adaptem a esse crescimento da melhor maneira possível e busquem minimizar os efeitos das dificuldades da mobilidade urbana.

Nos últimos anos, a região ao norte do município – que abarca os bairros Vila da Serra, Vale do Sereno e Vale dos Cristais –, localizado na divisa com Belo Horizonte, recebeu uma avalanche de empreendimentos imobiliários. Esse crescimento desenfreado, por consequência, trouxe vantagens e desvantagens à região. O forte adensamento não foi acompanhado proporcionalmente por serviços como o saneamento básico.

Além disso, faz-se necessário ressaltar que essa região conta com uma população flutuante, ou seja, são pessoas que residem em Nova Lima, mas trabalham e aproveitam os momentos de lazer em Belo Horizonte. É necessário, assim, criar um sentimento de maior proximidade e pertencimento a Nova Lima, incluindo a ligação com os serviços públicos e o município em si, com a sua origem, as suas histórias e os seus atrativos.

Dentro desse contexto, a Administração Municipal está trabalhando para revisar seu Plano Diretor e as Áreas de Desenvolvimento Econômico (ADEs). Afinal, o governo não intenta frear esse crescimento. Pelo contrário, busca impulsioná-lo, mas da forma mais sustentável possível. Em outras palavras, o desafio que se apresenta é a promoção do desenvolvimento econômico e social, com os investimentos necessários em mobilidade urbana, saneamento básico, segurança, saúde e educação.

Uma das ações já postas em prática é o Posto Avançado que em breve será inaugurado na região da chamada “6 Pistas” e vai oferecer serviços – como ISS, IPTU e Recadastramento Mobiliário – que evitarão que moradores e empresários tenham de se deslocar à Sede da Prefeitura, no Centro de Nova

Lima. Outra iniciativa importante é a parceria da Administração com o Ministério Público e a Copasa para viabilizar uma elevatória para que os resíduos da Estação de Tratamento de Esgoto (ETE) do Vale dos Cristais sejam devidamente despejados no Rio Arruda.

Também é importante destacar a alça viária que foi inaugurada recentemente e contribuiu para desafogar o trânsito da região. Além dessa alça, outros projetos de otimização do tráfego da região também serão viabilizados em curtos e médios prazos. Empreendimentos como esses, vale ressaltar, foram viabilizados por meio de Parcerias Público-Privadas e TACs (Termo de Ajustamento de Conduta).

Por fim, ainda vale citar a nova MG-030, que liga Nova Lima a Belo Horizonte. No fim de outubro deste ano, a Prefeitura e o Governo de Minas entregaram as obras que contaram com investimentos de R\$ 11,8 milhões e a recuperação de um trecho de 8,8 km da rodovia. Esse e os demais projetos citados, ao mesmo tempo em que podem ser compreendidos como estratégias paliativas, vêm se mostrando essenciais para o futuro responsável das empresas e, acima de tudo, dos moradores da região.

Problema para a comunicação

Elaboração de uma campanha publicitária institucional que contemple:

1. Divulgação do Posto Avançado e seus serviços para a população do Vale do Sereno, Vila da Serra e condomínios próximos à região conhecida como “6 Pistas”;
2. Divulgação dos aspectos relevantes do município. O objetivo é apresentar Nova Lima no contexto da sua história de 313 anos, da sua riqueza cultural, dos seus avanços conquistados nos últimos anos (por exemplo, conta com grandes polos de indústria, gastronomia e turismo, em regiões como Jardim Canadá, Macacos e Honório Bicalho) e sua diversidade como um todo. O desafio é promover a integração da Sede com as regiões mais afastadas do centro da cidade.

Valor estimado para criação, produção, mídia e não mídia será de até R\$ 300.000,00.