



TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2014

O CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DE MINAS GERAIS, na forma que dispõe a Lei Federal nº 8.666/93 e Lei 12.232/10, comunica que será realizada licitação na modalidade de **TOMADA DE PREÇOS**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a contratação dos serviços de publicidade, discriminados abaixo, através de 01 (uma) **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**, observadas as exigências das Leis nº 4.680/65, nº 8.666/93 e 12.232/10, e demais disposições do presente Edital, da minuta de Contrato e dos Anexos que o integram, no valor global de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

DATA DA ENTREGA E ABERTURA DAS PROPOSTAS:	29 DE ABRIL DE 2014
HORÁRIO LIMITE PARA ENTREGA DAS PROPOSTAS:	14:00 HORAS
LOCAL DA ENTREGA DAS PROPOSTAS:	Rua Paraíba, 966, 12º Andar – Belo Horizonte/MG

1.0. OBJETO DA LICITAÇÃO:

1.1 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 Considera-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 idéias e de informar o público em geral.

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

I - ao planejamento e a 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, 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 execução dos serviços objeto do contrato resultante da presente licitação, quando se tratar de veiculação de matéria relativa a publicidade institucional, não fica o CAU/MG impedido de contratar diretamente com o CAU/BR, sem que caibam à CONTRATADA pagamentos relativos a estes serviços.

2.0. INFORMAÇÕES BÁSICAS:

2.1 : Tomada de Preços nº 001/2014;

2.2 Regime de Execução: **Empreitada por preço global;**

2.3 Retirada do Edital: O presente Edital poderá ser retirado gratuitamente no endereço do CAU/MG, na Rua Paraíba, nº 966, 12º Andar – Funcionários, Belo Horizonte/MG, ou através do site www.caumg.gov.br ou, ainda, solicitado através do email geradm@caumg.gov.br, até a data limite de entrega de propostas e observados os procedimentos ali previstos.

2.4 Solicitação de Esclarecimento ou Impugnação:

2.4.1 Qualquer cidadão ou licitante poderá impugnar o presente edital, até 5 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e Comercial, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e Comercial, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem 2.4.2. deste edital.

2.4.2 As impugnações deverão ser, obrigatoriamente, formalizadas por escrito, devidamente assinadas, e protocoladas no Gerência Administrativa e Financeira do CAU/MG, de segundas a sextas-feiras, entre 9hs e 17hs, na Rua Paraíba, nº 966, 12º Andar, Bairro Funcionários, Belo Horizonte- MG, no prazo citado no item 2.4.1.



2.4.3 Os questionamentos serão respondidos e disponibilizados a todos os interessados, por e-mail, ou ainda no site institucional do CAU/MG – www.caumg.gov.br.

2.5 Poderá participar desta Tomada de Preços a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e da Lei nº 8.666/93, e alterações e que apresentarem seus Certificados de Registros Cadastrais, ou ainda se cadastrarem no Conselho até três dias antes da sessão pública, munido dos documentos:

I - cédula de identidade;

II - registro comercial, no caso de empresa individual;

III - ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

IV - inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;

V - decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

NOTA: A empresa que se cadastrar e/ou apresentar o CRC deverá, da mesma forma, apresentar os documentos constantes no item 6 deste Edital, se aqui não contemplados.

2.5.1 Não poderá participar desta Tomada de Preços a agência de propaganda:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o CAU/MG;
- 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;
- d) estrangeira que não funcione no País.

2.5.2 Nenhuma licitante poderá participar desta Tomada de Preços com mais de uma Proposta.

2.6 Prazo de Contratação: 12 (doze meses), podendo ser prorrogado por igual período, respeitado o limite máximo de 60 (sessenta) meses ou rescindido a qualquer tempo mediante acordo das partes, conforme Cláusula Décima da Minuta de Contrato.

2.7 Pagamento do Serviço Contratado: em conformidade com o prescrito no Instrumento Contratual, modelo anexo a este edital.

2.8 O objeto licitado será adjudicado para apenas 01(uma) agência de propaganda.

2.9 Os recursos orçamentários estimados para a presente Tomada de Preços correrão às contas: 6.2.2.1.1.01.04.02.001 – Divulgação em Jornais e Revistas; 6.2.2.1.1.01.04.02.002 – Divulgação em Rádio e TV; 6.2.2.1.1.01.04.02.004 – Outros Serviços de Comunicação e Divulgação; 6.2.2.1.1.01.04.04.028 – Demais Serviços Prestados.



2.9.1 Caberá à agência contratada encaminhar mensalmente ao Gestor do contrato do CAU/MG para fins de controle do saldo contratual, mediante recibo, o relatório de controle dos gastos efetivamente realizados, devidamente aprovados.

2.10 Será permitida a subcontratação apenas dos serviços de execução externa, conforme Cláusula Terceira da Minuta de Contrato - ANEXO III, 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.

2.11 Não será admitida a participação em empresas reunidas em consórcio.

3. DO CREDENCIAMENTO E DA ENTREGA DAS PROPOSTAS:

A licitação será processada mediante a entrega, pelos licitantes, da documentação pertinente em 05 (cinco) envelopes, conforme o que segue:

Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitações 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 empresa, 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 de Licitações 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 empresa, 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 na primeira sessão, de recepção e abertura das Propostas Técnica e Comercial, 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 simplesmente encaminhar as Propostas, Técnica e de Preços, por meio de portador, ou pelo correio. Nesse caso, a entrega dos invólucros deverá ser dirigida à Comissão Permanente de Licitações, devendo ocorrer até a data, hora e local indicados neste Edital.

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

3.2 Proposta Comercial apresentada em 1 (um) invólucro (INVÓLUCRO 4).

3.3 Documentos de habilitação apresentados, após convocação, em um invólucro (INVÓLUCRO 5), fechado e rubricado no fecho, apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.

3.4 As Propostas Técnicas e Comercial de cada Licitante - Invólucros 1 a 4 – deverão ser entregues na sessão pública de abertura das propostas, a ser realizada na Rua Paraíba, nº966, 12º Andar, Bairro Funcionários, em Belo Horizonte/MG, constando externamente o seguinte:

INVÓLUCRO 1 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

Não poderá ter nenhuma identificação, deverá ser lacrado com cola aplicada na parte interna da aba do envelope (sem etiqueta colante nem lacre externo)
ENVELOPE FORNECIDO PELO CAU/MG.

INVÓLUCRO 2 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA IDENTIFICADA

CAU/MG

TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2014

DATA LIMITE PARA ENTREGA DA PROPOSTA: 02/06/2014 às 14:00 horas

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / FAX / E-MAIL DA LICITANTE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

INVÓLUCRO 3 – PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

CAU/MG

TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2014

DATA LIMITE PARA ENTREGA DA PROPOSTA: 02/06/2014 às 14:00 horas

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / FAX / E-MAIL DA LICITANTE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

INVÓLUCRO 4 – PROPOSTA COMERCIAL

CAU/MG

TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2014

DATA LIMITE PARA ENTREGA DA PROPOSTA: 02/06/2014 às 14:00 horas



RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / FAX / E-MAIL DA LICITANTE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

3.5 O Invólucro 1 – Plano de Comunicação - Via **Não Identificada**, não deverá conter qualquer tipo de identificação e será fornecido pelo CAU/MG nos termos do item 4.6 deste Edital.

3.6 A abertura das Propostas será em reunião pública, a ser realizada na mesma data imediatamente após a entrega das Propostas.

3.7 O Invólucro 5, contendo os Documentos de Habilitação, será entregue nos termos de convocação específica daqueles **LICITANTES classificados no julgamento final das Propostas Técnica e Comercial.**

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

4. DA PROPOSTA TÉCNICA:

4.1 A Proposta Técnica, cujo conteúdo é especificado no ANEXO VII deste Edital, será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas nos anexos deste edital e de um conjunto de informações referentes ao 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 seqüencialmente.

4.4 A Proposta Técnica consiste na apresentação dos quesitos especificados, em laudas quantificadas adiante, cada uma contendo no máximo 25 linhas, com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12, com espaçamento entre linhas 1,5, com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página. Exceção para o item 2.3 (ANEXO VII), referente ao Portfólio, que deverá ser apresentado em anexo.

4.5 A Proposta Técnica – Invólucros 1, 2 e 3 – deverá ser elaborada em estrita observância das condições indicadas no Briefing e deverá ser apresentada em 3 (três) invólucros distintos, lacrados.

4.6 O invólucro 1, destinado à apresentação da Proposta Técnica – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, será padronizado e fornecido previamente pelo CAU/MG, sem nenhum tipo de identificação.



4.6.1 O envelope deverá ser retirado na Rua Paraíba, nº 966, 12º Andar, bairro Funcionários, em Belo Horizonte/MG, de segunda a sexta-feira, no horário de 09:00 às 12:00 horas e 14:00 às 17:00 horas.

4.6.2 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante; e

c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

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

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

4.8 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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. DA PROPOSTA COMERCIAL:

5.1 A Proposta Comercial – 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 Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços, observado o seguinte:

5.2 A Proposta Comercial 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 Tomada de Preços.



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, duas vias da Proposta Comercial. Deverão constar na Proposta, obrigatoriamente, todos os textos contidos no modelo do ANEXO IV, apresentado neste Edital.

5.6 O prazo de validade da Proposta Comercial deverá ser de 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação.

5.7 O CAU/MG 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 pautar-se, desde já, assim como, considerar como futura obrigação contratual, o cumprimento dos princípios éticos de conduta profissional.

6. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

6.1. Documentos relativos à **Habilitação Jurídica**:

a) Registro comercial, no caso de empresário ou sociedade empresarial e outras previstas no CCB;

b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado no órgão competente, em se tratando de empresário, sociedades simples e comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores.

6.2. Documentos relativos à **Qualificação Técnica**:

a) Registro da empresa 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 de 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(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado que tenha(m) sido ou esteja(m) sendo atendido(s) pela licitante.

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

NOTA. O CAU/MG reserva-se o direito de conferir as informações prestadas por meio de consultas e visitas às empresas emitentes dos atestados.

6.3. Documentos relativos à **Qualificação Econômica: Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial** expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, com data não superior a **30 (trinta)** dias anteriores à data de abertura da presente licitação.

6.4. Documentos relativos à **Regularidade Fiscal:**

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

b) Prova de regularidade para com os seguintes órgãos:

I - INSS - Certidão Negativa de Débito/INSS

II - FGTS – Certificado de Regularidade do FGTS

III - Fazenda Federal (Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais ou conjunta)

IV – Fazenda Estadual (Certidão de Quitação de Tributos Estaduais)

V - Fazenda Municipal - Certidão relativa ao ISSQN

VI- Prova de Regularidade Trabalhista (CNDT)

6.5 Declaração em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, de que não emprega menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menores de 16 (dezesseis) 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 empresa.

6.6 Caso a empresa seja optante pelo Simples, deverá apresentar o formulário, identificado como **ANEXO V** deste edital, **devidamente preenchido e assinado por seu representante legal**, em conformidade com os estatutos e Certidão de registro apresentados, **ou por procurador**, investido de poderes para tal, caso em que será exigido o instrumento de mandato, se for o caso.

NOTA:

Os documentos constantes nos subitens do 6.4. b que não possuírem os PRAZO DE VALIDADE expresso no corpo do formulário, deverão, OBRIGATORIAMENTE, ter a data de emissão não superior à 90 (noventa) dias anteriores a data de abertura das propostas. O documento referido no item 6.3. não poderá ter data de emissão superior à 30 (trinta) dias anteriores a data da abertura das propostas.



7. DA 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 ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

8.1 Esta Tomada de Preços será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitações, instituída pela Portaria nº 018/2013, 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 formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

8.2.1 Pelos menos 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CAU/MG.

9. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS:

9.1 Os envelopes com as Propostas Técnicas (Envelopes 1 a 3) e as Propostas de Preços (Envelope 4) serão entregues à Comissão de Permanente de Licitações, em sessão pública, na data, local e horário determinados conforme aviso publicado na imprensa. Os representantes legais das Licitantes, ou seus procuradores regularmente constituídos e presentes, assinarão a Lista de Presença, após o que será declarada aberta a reunião.

9.1.1 É vedada a participação, na sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e Comercial, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

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

9.3 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.

9.4 Recebidos os envelopes, a Comissão de Licitações abrirá os Envelopes 1 – Proposta Técnica - Plano de Comunicação Via Não Identificada e Envelope 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.

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



9.6 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, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas nesse instrumento, observado o disposto no subitem 4.8.

9.7 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 e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Permanente de Licitações, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

9.8 Recebidas as atas de julgamento, a Comissão de Licitações 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 no item VII do Anexo VIII e desclassificação daqueles que não obtiverem a pontuação mínima exigida de 70% (setenta 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 VIII.
- e) Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as Propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

9.9 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 desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome das licitantes.

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

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



9.10 Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão de Licitações convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à abertura do Envelope 4 com as Propostas de Preços dos licitantes classificados na fase anterior, adotando-se o procedimento e regras previstas no Anexo VIII para o Julgamento da Proposta de Preço e Pontuação Final.

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

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

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

9.12 Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, a Comissão de Licitações apurará os vencedores nos termos do disposto no Anexo VIII 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.

9.12.1 A avaliação dos documentos de habilitação será feita com base nas disposições previstas no item “6. Documentos de Habilitação”, do Edital, sendo consideradas habilitadas as que atenderem a todas as exigências previstas no referido item 6.

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

9.14 Inabilitada a LICITANTE que tenha sido considerada vencedora, essa deverá ser desclassificada e excluída da lista de classificação final e a Comissão Permanente de Licitações repetirá os atos previstos a partir do item 9.10 acima, observando a nova classificação final.

Da Homologação e Adjudicação

9.15 Reconhecida a habilitação da LICITANTE vencedora, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto, conforme definição proposta no item 2.8 desse Edital.

Disposições Gerais

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

9.17 Das decisões da Comissão de Licitações cabem recursos administrativos nos termos do art.109 da Lei nº 8.666/93. As decisões dos recursos serão comunicadas às Licitantes,



mediante publicação na Imprensa Oficial e site institucional do CAU/MG: www.caumg.gov.br.

9.18.1 O recurso administrativo deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação do CAU/MG, na rua Paraíba, nº966, 12º Andar, bairro Funcionários, em Belo Horizonte/MG, no horário de 09h00 às 12h00 e de 14h00 às 17h00.

10. RESULTADO DA TOMADA DE PREÇOS:

O resultado final da Tomada de Preços constará da Ata de Julgamento e será publicado no Diário Oficial da União, salvo se presentes todos licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta 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.

11. SANÇÕES:

11.1 A recusa da adjudicatária em assinar o Contrato, no prazo estabelecido no item 14.1, 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.

11.2 A penalidade prevista no item 11.1 acima poderá ser aplicada juntamente com as estabelecidas nas Cláusulas do Inadimplemento Contratual, da Rescisão e Penalidades da Minuta de Contrato - ANEXO III deste Edital, garantida a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 2 (dois) dias úteis.

12. REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO DA LICITAÇÃO:

12.1 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.

12.2 A anulação do procedimento licitatório induz à do Contrato.

12.3 No caso de revogação ou anulação da presente licitação, ficam assegurados o contraditório e a ampla defesa.

13. 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.

14. ASSINATURA DO CONTRATO:

14.1 Após a homologação da Tomada de Preços pela Autoridade Competente, a licitante vencedora será convocada a assinar o contrato nos termos da minuta – ANEXO III,



deste Edital, no prazo de 05 (cinco) dias após a notificação do CAU/MG, devendo apresentar, também neste prazo, caso tenha vencido o prazo de validade, o Certificado de Regularidade da Situação do FGTS, a Certidão Negativa de Débito do INSS/CND, a Certidão Negativa de Falência.

14.2 A recusa da adjudicatária em assinar o contrato, 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 na Lei 8.666, de 21/06/93 e outras sanções de natureza cadastral.

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

14.4 O foro competente para dirimir quaisquer controvérsias oriundas da presente Tomada de Preços será o da Comarca de Belo Horizonte-MG, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

14.5 Quando da celebração de termos aditivos ao contrato, será exigido da CONTRATADA, a documentação citada no item 14.1, acima descrita.

15. DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO:

15.1 Durante a execução do contrato os custos e as despesas de veiculação apresentados ao CAU/MG 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. Deverá também ser apresentada Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações:

A) razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação. Esta declaração deverá ter firma reconhecida notarialmente.

15.1.1 Pertencem ao CAU/MG 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.

15.1.1.1 Na execução do contrato é facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no subitem 15.1.1 acima.



15.2 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 15.1.1.1 acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

15.3 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 15.1.1.1 aos interesses do CAU/MG, 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.

15.4 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.

15.5 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.

15.6 O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pela CONTRATADA ao CAU/MG de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

16. ANEXOS QUE INTEGRAM ESTE EDITAL:

- 1-ANEXO I - Modelo de Declaração de Idoneidade, de não Empregar Menor e Negativa de Parentesco
- 2-ANEXO II – Condições Gerais para Apresentação das Propostas.
- 3-ANEXO III – Minuta de Contrato
- 4-ANEXO IV – Modelo de Carta-Proposta.
- 5-ANEXO V – Declaração de Optante Pelo Simples
- 6-ANEXO VI – “Briefing” – Elaboração da Proposta Técnica.
- 7-ANEXO VII – Conteúdo da Proposta Técnica.
- 8-ANEXO VIII - Procedimento para Julgamento das Propostas

Belo Horizonte, 27 DE MARÇO DE 2014.

Henrique Martins Farias
Presidente da CPL-CAU/MG



ANEXO I
DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE, DE QUE NÃO EMPREGA MENORES EM SITUAÇÃO
IRREGULAR, E DE NEGATIVA DE PARENTESCO

(local e data)

A

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DO CAU/MG
REFERENTE A TOMADA DE PREÇOS PÚBLICA Nº 001/2014

A empresa _____, por meio de seu representante legal, Sr.(a) _____, CPF _____ (cargo que ocupa na empresa) _____ DECLARA, para fins de direito e sob as penas da lei, na qualidade de LICITANTE do certame instaurado pela CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DE MINAS GERAIS, na modalidade **TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2014**, que:

a) Não foi declarada INIDÔNEA para licitar com o PODER PÚBLICO, em qualquer de suas esferas;

b) Não mantém em seu quadro de pessoal, menores de dezoito anos em horário noturno de trabalho ou em serviços perigosos ou insalubres, não possuindo ainda, qualquer trabalho de menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos;

c) Não possui sócios, diretores ou empregados que mantenham parentesco em linha reta ou até o terceiro grau em linha colateral, com Presidente, Vice-Presidentes, Diretores, Conselheiros, Inspetores e funcionários do CAU/MG.

(assinatura, nome cargo e identificação.)



ANEXO II
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, o CAU/MG 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 empresas 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, o CAU/MG 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 à indenização de espécie alguma.

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

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



**ANEXO III
MINUTA DE CONTRATO**

CONTRATO N.º

Contrato de prestação de serviços que entre si celebram o Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Minas Gerais, CAU/MG, e a empresa

Contrato originário da licitação na modalidade de Tomada de Preços n.º 001/2014, para a prestação de serviços de propaganda e publicidade.

Este contrato será regido pelas Leis Federais nº. 4.680, de 18 de junho de 1965, 8.666, de 21 de junho de 1993, 12.232, de 29 de abril de 2010, Decreto Federal nº. 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, de 1978, e Normas Padrão de Atividade Publicitária, contidas em documento assinado pelas entidades nacionais representativas dos segmentos que compõem esta atividade, em São Paulo, no dia 16/12/98, sob a orientação do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão e, Decretos nº. 44.431, de 29 de dezembro de 2006, nº. 37.924, de 16 de maio de 1996, e nº 45.035, de 02 de fevereiro de 2009, com suas alterações posteriores.

Cláusula Primeira - DAS PARTES

I - CONTRATANTE:

CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DE MINAS GERAIS, autarquia federal de fiscalização, inscrito no CNPJ sob o nº 14.951.451/0001-19, com sede na Rua Paraíba 966, 12º Andar, Bairro Funcionários, Belo Horizonte/MG, neste ato representado por seu Presidente, Arquiteto Urbanista Joel Campolina.

II - CONTRATADA:

Nome empresarial:

Endereço:

CNPJ:

Representante Legal: inserir nome, número do documento de identidade e do CPF

Cláusula Segunda - DO OBJETO

Este contrato tem por objeto a prestação de serviços de propaganda e publicidade sendo estes entendidos como os definidos na Lei Federal nº 12.232/2010, de acordo com as especificações e detalhamentos do Edital de Licitação, modalidade Tomada de Preços nº 001/2014 e seus Anexos que, juntamente com a proposta da



CONTRATADA, passam a integrar este instrumento, independentemente de transcrição.

§1º Para execução dos serviços objeto do presente contrato, quando se tratar de veiculação de matéria relativa a publicidade institucional, não fica o CAU/MG impedido de contratar diretamente com o CAU/BR, sem que caibam à CONTRATADA pagamento relativos a estes serviços.

§2º O objeto deste contrato será para atendimento ao CAU/MG, em Belo Horizonte-MG, e representações municipais eventualmente instaladas por este no estado DE MINAS GERAIS.

Cláusula Terceira - DO PREÇO

O preço global do presente contrato é de R\$ (), nos termos da proposta comercial da CONTRATADA.

§1º Relativamente à veiculação, os serviços publicitários de que trata este Edital serão remunerados considerando-se o desconto concedido pelos veículos sobre seus preços de tabela, de acordo com o item 4.4 – Anexo B das Normas do CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão), incorporadas à legislação pertinente ao assunto, a saber:

INV. BRUTO (ANUAL) EM MÍDIA	PARCELA DO “DESCONTO DE AGÊNCIA (A REVERTER AO ANUNCIANTE)
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil
De R\$ 2.500.002,00 a R\$ 7.500.000,00	2% (dois por cento)
De R\$ 7.500.002,00 a R\$ 25.000.000,00	3% (três por cento)
Acima de R\$ 25.000.000,01	5% (cinco por cento)

§2º A CONTRATADA será remunerada na forma das disposições legais aplicáveis à espécie e referidas no parágrafo anterior desta Cláusula obedecido o desconto fixo concedido na sua Proposta Comercial, ou seja, ___% (___), sobre os custos internos de produção estabelecidos na Lista de Referência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

§3º Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a fornecedores especializados. O CAU/MG deverá pagar à Agência “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores, exceto nas situações previstas no §4º abaixo.

§4º Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o CONTRATANTE pagará à agência “honorários” de 5% (cinco por cento).

§5º Quando se tratar de veiculação de publicações legais (editais, avisos, comunicados) serão praticadas as seguintes taxas de remuneração:
- 5% (cinco por cento) quando se tratar de veiculação local;



- 10% (dez por cento) quando se tratar de veiculação estadual;
- 15% (cinco por cento) quando se tratar de veiculação nacional e/ou internacional.

§6º 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 pelo CAU/MG em decorrência da execução dos serviços contratados.

Cláusula Quarta - DO LOCAL E DO RECEBIMENTO

A CONTRATADA obriga-se a entregar o objeto descrito neste contrato e no Edital da Tomada de Preços nº. 001/2014, no endereço indicado na Cláusula Primeira deste instrumento, ou noutro previamente indicado pelo CAU/MG.

I - A execução do objeto dar-se-á nas condições estabelecidas neste contrato e no Edital da Tomada de Preços nº. 001/2014, mediante solicitação do CAU/MG.

II – O recebimento do objeto, pelo CAU/MG, dar-se-á por meio dos seguintes procedimentos, observando 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 I, 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 I e consequente aceitação, observado o disposto no art. 10 do Decreto nº. 37.924/96.

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, o CONTRATANTE reduzirá a termo os fatos ocorridos para aplicação de sanções.

Cláusula Quinta – DOS PAGAMENTOS

Os pagamentos serão mensais, efetuado por meio cheque ou ordem bancária emitida por processamento eletrônico a crédito do beneficiário, até o 5º (quinto dia) do mês subsequente ao vencido, devendo constar nas futuras os serviços que tiveram recebimento definitivo pelo CAU/MG, e serem acompanhadas dos documentos fiscais relativos aos serviços executados, inclusive por terceiros, desde que previamente autorizados, obrigando-se a CONTRATADA à:



I – efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros, até o prazo de até 03 (três) dias úteis após o efetivo pagamento pelo CAU/MG.

II – apresentar ao CAU/MG, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis após o pagamento das notas fiscais mensais, os comprovantes de liquidação das Notas Fiscais dos fornecedores.

§1º As faturas/notas fiscais 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 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 pelo CONTRATANTE.

§ 3º Os pagamentos ficam condicionados à manutenção dos requisitos de habilitação previstos no Edital.

Cláusula Sexta – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

A despesa decorrente desta contratação correrá por conta da(s) dotação(s) orçamentária(s): 6.2.2.1.1.01.04.02.001 – Divulgação em Jornais e Revistas; 6.2.2.1.1.01.04.02.002 – Divulgação em Rádio e TV; 6.2.2.1.1.01.04.02.004 – Outros Serviços de Comunicação e Divulgação; 6.2.2.1.1.01.04.04.028 – Demais Serviços Prestados.

Cláusula Sétima - DAS OBRIGAÇÕES

Constituem obrigações das partes:

I - DO CONTRATANTE

- a - 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;
- b - proporcionar à CONTRATADA o acesso às informações e documentos necessários ao desenvolvimento dos serviços;
- c - 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-lhe aplicadas as sanções legais e contratuais previstas;
- d - promover o recebimento provisório e o definitivo no prazo fixado;
- e - efetuar o pagamento no prazo fixado neste contrato;
- f – aprovar previamente os trabalhos a serem executados e respectivos custos.

II - DA CONTRATADA

- a - mobilizar e disponibilizar todos os recursos necessários à prestação dos serviços;
- b - prestar os serviços que compõem o objeto deste contrato, nas condições estabelecidas no Edital e seus anexos;
- c - cumprir as ordens de serviço emitidas pelo CONTRATANTE;
- d - cumprir todas as normas éticas e técnicas aplicáveis para a boa execução dos



- serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros;
- e - providenciar a imediata correção das deficiências apontadas pelo CONTRATANTE quanto à execução dos serviços;
- f - responsabilizar-se por todas as despesas envolvidas na prestação de serviços;
- g - iniciar os serviços no prazo fixado pelo CONTRATANTE, em exato cumprimento às especificações no Edital e seus anexos, bem como o descrito nas autorizações de serviços;
- h - observar as datas e os horários determinados pelo CONTRATANTE, para a prestação dos serviços;
- i - fornecer todas as informações solicitadas pelo CONTRATANTE no prazo determinado;
- j - disponibilizar ao CONTRATANTE os contatos (telefone, endereço, e-mail, rádio, etc.) dos responsáveis pela execução dos serviços;
- l - manter os dados cadastrais atualizados junto ao CONTRATANTE;
- m - manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação exigidas na licitação;
- n - arcar com eventuais prejuízos causados ao CONTRATANTE e/ou a terceiros, provocados por ineficiência ou irregularidade cometidas por seus empregados, contratados ou prepostos envolvidos na execução do contrato;
- o - 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;
- p - 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;
- q - exercer a fiscalização necessária ao perfeito cumprimento do contrato, independentemente da fiscalização exercida pelo CONTRATANTE;
- r - manter um arquivo organizado com todos os documentos relacionados a este contrato, tais como ordens e recomendações expedidas pelo CONTRATANTE, registros de eventuais ocorrências e de fatos relevantes;
- s - a CONTRATADA não poderá justificar o descumprimento de qualquer obrigação por inadequação de seu planejamento ou por falta de recursos;
- t - 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 do 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;
- u - 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;
- v - apresentar planejamento de mídia e definição do impacto total desejado para cada campanha;
- x - 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;

z - transferir para ao CONTRATANTE, os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto do presente Contrato, relativamente aos serviços da agência;

z1 - atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e previsão de pagamento;

z2 - apresentar ao 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 apresentar Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações:

z.2.1 razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação.

Esta declaração deverá ter firma reconhecida notarialmente;

z3 - repassar ao 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;

z4 - encaminhar mensalmente ao CAU/MG para fins de controle do saldo contratual, mediante recibo, o relatório de controle dos gastos efetivamente realizados, devidamente aprovados pelo CONTRATANTE;

Cláusula Oitava - DAS SANÇÕES

O atraso e a inexecução parcial ou total do contrato caracterizam descumprimento das obrigações assumidas e permitem a aplicação das seguintes sanções pelo 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) 10% (dez por cento) sobre o valor do contrato, em caso de recusa da CONTRATADA em efetuar o reforço de garantia;

c) 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 diminuíam-lhe o valor ou, ainda, fora das especificações contratadas.

III - suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CAU/MG;

IV - declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, no prazo mínimo de 02 (dois) e máximo de 05 (cinco) anos



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

- I - não atendimento às especificações técnicas relativas a bens e serviços previstas em contrato ou instrumento equivalente;
- II - retardamento imotivado de fornecimento de bens e serviços ou de suas parcelas;
- III - paralisação do serviço ou de fornecimento de bens, sem justa causa e prévia comunicação ao CAU/MG;
- 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 multa será descontada de pagamentos eventualmente devidos a CONTRATADA.

§ 4º A aplicação das sanções observará o devido processo administrativo, respeitando-se a ampla defesa e o contraditório.

Cláusula Nona - DA FISCALIZAÇÃO

A fiscalização da execução do contrato será exercida por agente do 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 a 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 - O 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 a servidora....., para a fiscalização deste Instrumento.

Cláusula Décima – DA VIGÊNCIA

Este contrato tem vigência por 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por igual período, respeitado o limite máximo de 60 (sessenta) meses ou rescindido a qualquer tempo mediante acordo das partes, conforme previsto no art. 57, da Lei 8.666/93.



Cláusula Décima Primeira- 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 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;

III - judicial, nos termos da legislação.

§ 1º Na hipótese de a rescisão ser procedida por culpa da CONTRATADA, fica o CONTRATANTE autorizada a reter a garantia do contrato, quando esta for exigida, e/ou 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 Segunda - 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 n.º 8.666/93, desde que devidamente fundamentado e autorizado pela autoridade competente.

IV - Quando houver a necessidade de contratação de serviços gráficos diversos, incluindo produção e/ou instalação de placas para atendimento do objeto ora licitado, poderá ao CAU/MG proceder à cotação de preços, nos termos da legislação aplicável, e encaminhar a documentação original referente à cotação para agência de publicidade para os procedimentos cabíveis.

É devido à agência contratada os percentuais estabelecidos nos itens 5.1.2 ou 5.1.3 do Edital sobre o respectivo valor do serviço contratado, pelo acompanhamento da execução do serviço, que deverá atender à especificação técnica fornecida pela agência contratada.

Cláusula Décima Terceira - DA PUBLICAÇÃO

O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato do contrato na Imprensa Oficial, em obediência ao disposto no parágrafo único do art. 61 da Lei Federal n.º 8.666/93.

Cláusula Décima Quarta - DO FORO

As partes elegem o foro da Seção Judiciária de Minas Gerais – Justiça Federal de Belo Horizonte-MG 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.

Belo Horizonte, de de 2014 .

CAU/MG
CONTRATANTE:

CONTRATADA:

TESTEMUNHAS:



ANEXO IV MODELO DE CARTA-PROPOSTA

AO
CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DE MINAS GERAIS
TOMADA DE PREÇOS CAU/MG 001/2014

Objeto: Contratação dos serviços de publicidade através de 01(uma) agência de publicidade e propaganda.

Prezados Senhores:

Após tomarmos conhecimento de todos os documentos deste Edital de Licitação, submetemos à apreciação deste CAU/MG a nossa proposta. Certificamos que todos os documentos foram examinados, e que assumimos total responsabilidade por quaisquer erros ou omissões na preparação desta proposta. Confirmamos a disponibilidade de equipamentos e equipe técnica necessária à execução dos serviços.

SERVIÇOS	FORMA DE PAGAMENTO	VALOR DO DESCONTO CONCEDIDO EM (%)
Contratação dos serviços de comunicação	Percentual de desconto concedido sobre os custos internos de produção (criação e montagem) de propaganda, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais	___ % (extenso)

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 pelo CAU/MG.

Declaramos:

- aceitar integralmente as regras desta Tomada de Preços, 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.º 9.777, de 30/12/1998, n.º 10803, de 11/12/2003 e Lei Complementar n.º 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 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação.



Caso seja declarado vencedor, a pessoa indicada para assinatura do instrumento contratual é:

NOME COMPLETO:

CARGO/QUALIFICAÇÃO:

CPF OU IDENTIDADE:.....

Assinatura do representante legal da Licitante (devidamente qualificado)

Razão Social:

CNPJ/MF:

Endereço:

CEP:

Telefone:



ANEXO V

OPTANTE PELO SIMPLES

Da Instrução Normativa SRF nº 480, de 15 de dezembro de 2004
DECLARAÇÃO A SER APRESENTADA PELA PESSOA JURÍDICA
CONSTANTE DO INCISO XI DO ART 3º

Ilmo. Sr.
(autoridade a quem se dirige)

(Nome da empresa), com sede (endereço completo), inscrita no CNPJ sob o nº..... DECLARA à (nome da entidade pagadora), para fins de não incidência na fonte do Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins), e da Contribuição para o PIS/Pasep, a que se refere o art. 64 da Lei nº 9.430, de 27 de dezembro de 1996, que é regularmente inscrita no Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Simples Nacional, de que trata o art. 12 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Para esse efeito, a declarante informa que:

I - preenche os seguintes requisitos:

- a) conserva em boa ordem, pelo prazo de 5 (cinco) anos, contado da data da emissão, os documentos que comprovam a origem de suas receitas e a efetivação de suas despesas, bem assim a realização de quaisquer outros atos ou operações que venham a modificar sua situação patrimonial;
- b) cumpre as obrigações acessórias a que está sujeita, em conformidade com a legislação pertinente;

II - o signatário é representante legal desta empresa, assumindo o compromisso de informar à Secretaria da Receita Federal do Brasil e à entidade pagadora, imediatamente, eventual desenquadramento da presente situação e está ciente de que a falsidade na prestação destas informações, sem prejuízo do disposto no art. 32 da Lei nº 9.430, de 1996, o sujeitará, juntamente com as demais pessoas que para ela concorrem, às penalidades previstas na legislação criminal e tributária, relativas à falsidade ideológica (art. 299 do Código Penal) e ao crime contra a ordem tributária (art. 1º da Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990).

Local e data.....

Assinatura do Responsável

Sr. Fornecedor: esta declaração deverá acompanhar a nota fiscal, sendo carimbado com o CNPJ da empresa e devidamente assinada e datada pelo representante legal da empresa



ANEXO VI - BRIEFING -

SITUAÇÃO GERAL

Após mais de 50 anos de negociações lideradas pelas principais entidades representativas pré-existentes, os arquitetos e urbanistas brasileiros conquistaram sua representatividade própria – o Conselho de Arquitetura e Urbanismo CAU/BR. Além de fiscalizar e zelar pela qualidade do exercício da profissão, o conselho incentiva reflexões sobre o papel e responsabilidades dos arquitetos e urbanistas na qualificação dos espaços em que moramos, trabalhamos, circulamos e nos divertimos. O foco é o desenvolvimento urbano harmônico e sustentável, a valorização do nosso patrimônio histórico e cultural e a contribuição para a formação acadêmica adequada.

Por força da Lei Federal 12.378/2010, para continuar atuando legalmente em todas as atividades técnicas que já são atribuições dos arquitetos e urbanistas e empresas do setor – antes registrados no atual Conselho Regional de Engenharia e Agronomia (CREA-MG) –, profissionais e empresas passarão a ser vinculados automaticamente ao CAU/MG. O Conselho, que está em funcionamento desde janeiro de 2012, vem se estruturando progressivamente para atender às demandas da categoria – como na validação de ARTs e certidões obtidas anteriormente no sistema CONFEA, novos registros de responsabilidade técnica RRT e certidões diversas, que respaldam contratantes e usuários dos nossos serviços e legitimam a atuação das empresas e dos profissionais habilitados.

O arquiteto e urbanista Joel Campolina, profissional com atuação destacada na prática privada desde 1977, professor doutor emérito da EAUFMG, aceitou o desafio de ser o primeiro presidente eleito do CAU/MG pelos próximos três anos. Segundo ele, o CAU/MG trará uma maior visibilidade e autonomia para a classe. “Queremos não apenas que a própria categoria e a sociedade nos enxerguem como uma instituição que vem propiciar mais segurança, melhores condições de trabalho e ampliar o entendimento do significado da arquitetura e urbanismo na qualificação do meio ambiente construído, em benefício de todos”, afirma o primeiro presidente.

FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO JÁ UTILIZADAS PELA ASCOM DO CAU/MG E QUE SERVIRAM PARA OTIMIZAR OS RESULTADOS

ENDOMARKETING / COMUNICAÇÃO INTERNA

- Jornal Informativo Interno - Ferramenta estratégica para a comunicação interna do Conselho;
- Aniversariantes do mês - Encontro mensal, realizado para os aniversariantes do mês;



- Projeto Café Cultural - Projeto desenvolvido para estimular a participação dos colaboradores (música, poesia, dança);
- Clube do Livro - Projeto desenvolvido para estimular a leitura entre os colaboradores do Conselho.

Os principais objetivos da comunicação interna:

- Difundir as ações do Conselho de forma direta e transparente;
- Envolver toda a equipe de trabalho nas metas do CAU/MG;
- Sintonia das informações com os objetivos estratégicos da empresa;
- A busca da adequação entre as técnicas de comunicação e as necessidades dos colaboradores.

ASSESSORIA DE IMPRENSA

- 22 Graus – Agência licitada para prestar serviços de A.I para o Conselho

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

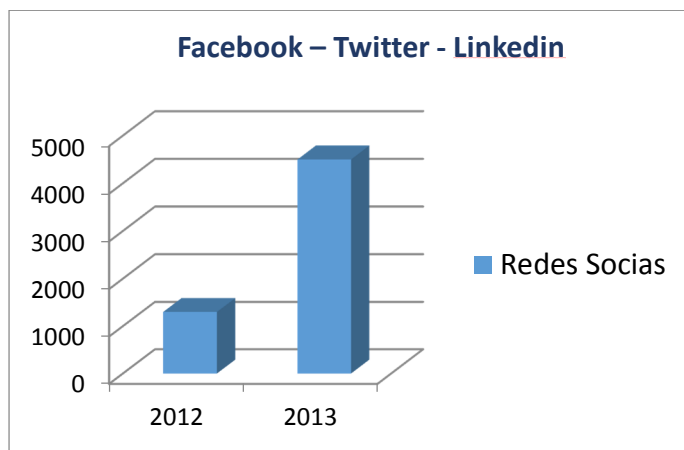
- Site Institucional – www.caumg.gov.br
- Redes Sociais (Facebook, Twitter e linkedin)
- E-mail Marketing (enviado para o *mailing* oficial do CAU/MG – 10.000 contatos).
- Jornal Conexão CAU/MG (enviado para o *mailing* oficial do CAU/MG – 10.000 contatos).

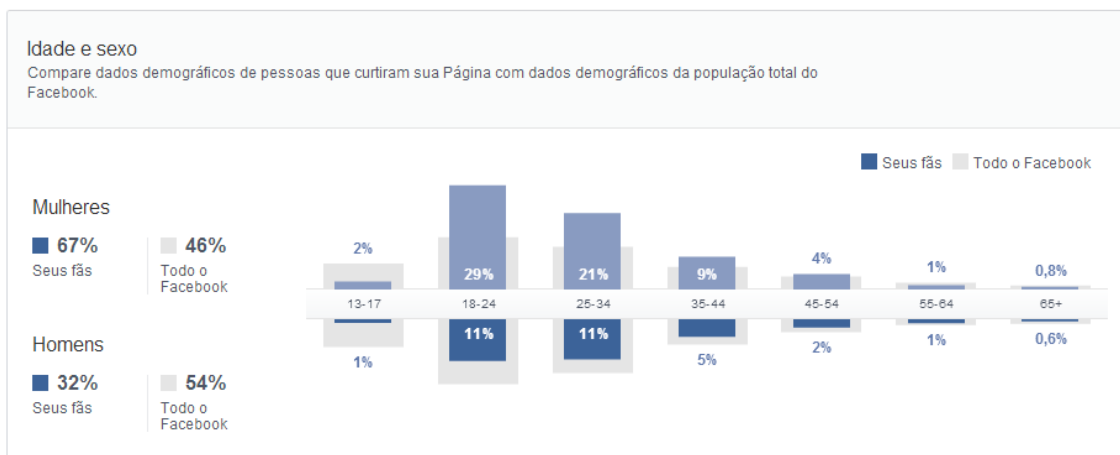
FEIRAS E EVENTOS QUE PARTICIPAMOS EM 2013

- Minascon 2013
- Congresso Mineiro de Municípios - AMM
- Minas Território da Cultura

REDES SOCIAIS

5.062 seguidores no Facebook - Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Minas Gerais - Cau/MG (oficial)





DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Criação do planejamento/ações publicitárias para o Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Minas Gerais – CAU/MG, que siga os padrões e conceitos que formam a marca do CAU/MG. Deve-se levar em consideração a ideia de modernidade defendida pelo Conselho.

Os Apresentar sugestões desenvolvidas de forma integradas para atender os objetivos gerais e específicos, impactando todos os públicos alvo de forma direcionada e ao mesmo tempo abrangente.

É fundamental para CAU/MG consolidar uma política de comunicação eficaz, proporcionando à sociedade e aos profissionais uma resposta imediata de atuação e ações, que represente um fortalecimento da profissão e também do Conselho enquanto órgão de fiscalização e disciplinador do exercício profissional.

A integração com a sociedade e profissionais é um dos caminhos desta política, mas para que isso se concretize é necessário que a informação esteja sempre disponível.

As campanhas de publicidade e propaganda devem mobilizar os profissionais em prol do desenvolvimento e evidenciar a importância dos profissionais da área de atuação do Conselho para o desempenho de suas atividades.

Assim, é necessário manter uma base de informação constante sobre as realizações, execução de programas, concretização de projetos de interesse da comunidade e estratégias para a valorização profissional.

No quesito valorização profissional, é de extrema importância para o Conselho ações voltadas para a sociedade que evidenciem o valor do trabalho dos profissionais da arquitetura e urbanismo, de forma a garantir qualidade nas obras e serviços, repudiar o exercício ilegal e garantir a segurança da população.

Ações de valorização profissional, como campanhas e iniciativas específicas, promovem o trabalho do profissional devidamente habilitado e registrado no Conselho, bem como sua participação em obras e serviços. É importante que a sociedade conheça os benefícios do trabalho destes profissionais também para o desenvolvimento sustentável de suas regiões.



OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

- O objetivo principal é garantir que os arquitetos/urbanista e a sociedade mineira sejam informados sobre o trabalho desenvolvido pelo CAU/MG.
- Fortalecer a marca do CAU/MG junto aos públicos de interesse, ou seja, estudantes de arquitetura e urbanismo e profissionais arquitetos e urbanistas. Ressaltar os diferenciais, as vantagens e os benefícios oferecidos pelo novo Conselho, buscando a persuasão, e, conseqüentemente, a escolha pelo CAU/MG.
- A campanha deve ainda, demonstrar a força e a qualidade do CAU/MG, além da tradição da arquitetura mineira reconhecida em todo país.

CONSIDERAÇÕES:

Necessidades primárias do Conselho para planejamento de publicidade:

- Projeto Arquitetura e urbanismo para todos – Divulgação da importância do profissional arquiteto e urbanista para a sociedade – Comunicação de massa; (já fizemos a publicidade Via busdoor – 30 dias).
- Projeto Arquiteto solidário – Divulgação do projeto para arquitetos e urbanistas de MG;
- Comunicados institucionais – Veiculação de comunicados institucionais referentes a novas resoluções e a Lei 12.378 de 31 de dezembro 2013 (média de um por mês – Revista ou Jornal);
- Dia do Arquiteto – 15 de Dezembro - Veiculação de publicidade em homenagem ao dia do Arquiteto;
- Facebook: Publicidade paga no facebook (contato da sociedade com o Conselho, aumentar o número de seguidores).

PÚBLICO-ALVO:

Profissionais e estudantes de arquitetos e urbanistas;

Público- secundário:

Sociedade mineira em geral

Praças e Ações de Comunicação

Belo Horizonte e cidades do interior do estado de Minas Gerais. A capital poderá servir como cidade-modelo para a campanha de publicidade, fazendo dela base para criação de ações de comunicação regionalizadas.

PERÍODO

As ações devem ser pensadas para um período de 12 meses

Períodos da campanha:

As ações de publicidade devem ter início em setembro. Esse calendário da campanha pode ser alterado de acordo com o calendário estabelecido pelo CAU/MG.

VERBAS REFERENCIAIS PARA INVESTIMENTO

No cálculo da alocação dos valores para a produção, veiculação, exposição e ou distribuição da campanha, a licitante utilizará como referencial a verba de R\$ 300 mil. A remuneração da agência deverá estar presente neste valor.



ATUAÇÃO DA AGÊNCIA JUNTO AO CAU-MG

A agência contratada ficará responsável pela criação das peças publicitárias, mediação, negociação e gestão da mídia e apoio no desenvolvimento das ações estratégicas.

Assessor de Comunicação responsável: Douglas Stofela



ANEXO VII 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, considerando que o valor máximo da campanha, para fins de execução do Plano de Comunicação Publicitária, não poderá exceder ao montante de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), valor este calculado com base na tabela de preços vigente de cada veículo de comunicação.

1.1. Raciocínio Básico – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, que 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 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pela CONTRATANTE e onde se definem os objetivos de comunicação e como as campanhas publicitárias apresentadas no item “Ideia Criativa” pretendem resolvê-los.

1.3 Ideia Criativa – Texto apresentado em formato A4, de até 3 (três) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, apresentando a resposta criativa da Licitante aos desafios e metas por ele explicitados na “Estratégia de Comunicação Publicitária”, contendo 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 nela proposto pela LICITANTE. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações para avaliação da sub-comissão técnica julgadora, deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30 cm (formato A3) e as peças eletrônicas em CD ou DVD ou Pen drive (sob pena de não serem consideradas). Fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio (esboços, layouts, spots, storyboards etc). Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido de texto, de 3 laudas, proposto neste item.

1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, em que a explicitará e justificará a estratégia e as táticas por ela sugeridas, em função da verba disponível para a campanha apresentada, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir o público de todo o Estado DE MINAS GERAIS; alternativas de mídias segmentadas; 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 disponível para a campanha apresentada, não sendo possível a inclusão de dados de pesquisa e sim somente planilhas e quadro-resumo não fazem parte do limite estabelecido de cinco 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 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, para o conjunto dos subitens:

- a) Histórico da LICITANTE e perfil dos seus principais executivos.
- b) Indicação da estrutura operacional.
- 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 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, através do qual a licitante ou consórcio especificará investimentos em estrutura ou serviços a serem colocados sem ônus, à disposição do cliente. Discriminar se a agência possui acordos operacionais, parcerias ou empresas coligadas, que irão oferecer à licitante bancos de dados, serviços de institutos de pesquisas, ferramentas que avaliem a eficácia da comunicação, acompanhamento de mídia, escritórios ou filiais em outros estados ou no exterior que possam ser usados para apoio, caso necessário, à comunicação da licitante fora do território riograndense.

2.3 Portfólio – Conjunto de trabalhos realizados pela LICITANTE, com no mínimo dez e no máximo doze peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes em CD"s ou DVDs, e os spots e jingles em CD"s, apresentados em anexo. 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 o máximo de 42 x 30 (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 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 o máximo de 42 x 30 (formato A3).



ANEXO VIII

PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

I. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO –JULGAMENTO FINAL

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 envelope 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	25 pontos
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	15 pontos
	c) Ideia Criativa	20 pontos
	d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos
	TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS	70 PONTOS
✓	ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES	
	a) Capacidade de Atendimento	05 pontos
	b) Investimento em Estrutura de Atendimento	05 pontos
	c) Portfólio	05 pontos
	d) Cases	05 pontos
	TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS	20 PONTOS

2.1 As propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a Comissão de Licitação observar os seguintes aspectos no julgamento de cada quesito:

2.1.1 “Raciocínio Básico”:

a) O conhecimento da ação dos conselhos de fiscalização das profissões regulamentadas e da comunicação destes no atual contexto social, político e econômico.

b) O conhecimento das características do CAU das suas atividades que sejam significativas para a comunicação.



c) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo Briefing.

d) O posicionamento publicitário proposto e o entendimento das formas de relação entre o CAU/MG e seus diversos públicos.

2.1.2 “Estratégia de Comunicação Publicitária”:

a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao Briefing.

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.

c) A consistência lógica e a clareza na argumentação.

2.1.3 “Ideia Criativa”:

a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto nos dois subitens anteriores.

b) Sua pertinência às atividades do CAU/MG e à sua inserção na sociedade.

c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas.

d) A originalidade e simplicidade da ideia criativa e a inventividade no uso das mídias.

e) A exequibilidade das peças.

f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

2.1.4 “Estratégia de Mídia e Não Mídia”:

a) O raciocínio estratégico e tático.

b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos.

c) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios.

d) A coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos subitens 1.1, 1.2 e 1.3 (Anexo VII).

e) A pertinência, a otimização e a oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas.

2.1.5 “Capacidade de Atendimento”:

a) O “currículo” dos principais executivos da Licitante, principalmente nas áreas de planejamento, criação, mídia e atendimento.

b) As estruturas técnica e operacional da Licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida, principalmente em relação ao quadro de profissionais que será colocado à disposição da CONTRATANTE;

c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a Licitante e a equipe técnica do CAU/MG.

2.1.6 “Investimento em Estrutura de Atendimento”:

a) os investimentos e facilidades em estrutura ou serviços a serem colocados à disposição do cliente, tais como banco de dados, pesquisas de opinião ou audiência, acordos operacionais com empresas ou consultorias especializadas em



áreas não cobertas diretamente pela Licitante.

2.1.7 “Portfólio”:

- a) a qualidade e adequação do trabalho criativo;
- b) a pertinência da solução apresentada ao problema de comunicação;
- c) a qualidade de execução dos trabalhos.

2.1.8 “Cases”:

- a) o encadeamento lógico da exposição;
- b) a evidência de planejamento publicitário;
- c) a consistência dos resultados apresentados pela campanhas.

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-lhe atribuída nota que variará conforme a seguinte escala: PÉSSIMO (de 0 a 20% da nota) – 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. 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, 42 (quarenta e dois) pontos no Plano de Comunicação Via não Identificada e 12 (doze) pontos no Conjunto de Informações.

IV. 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 3 acima ou zero em qualquer um dos quesitos.

b.1) Será determinada a pontuação obtida pelos 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.1.1 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.1.2 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, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.



V. 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 da abertura do invólucro de que trata o subitem 4.9.

VI. 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 e, posteriormente, encaminhadas à Comissão de Licitações, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

VII. Após identificada a autoria do Plano de Comunicação Publicitária pela Comissão de Licitações, serão desclassificadas as Proponentes que não obtiverem no mínimo, 70% (setenta por cento) do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Envelopes 1 e 3), ou seja, 63 (sessenta e três) pontos.

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

$$NPT = 10 \times \frac{Ti}{To}, \text{ onde:}$$

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 preço conterá 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:

a) 10 (dez) pontos à Proposta que oferecer maior percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção (criação e montagem) das empresas ou consórcios, 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:

$$NPC = 10 \times \frac{VNPDp}{VNMPdP}, \text{ onde}$$



NPC = Nota da Proposta Comercial;
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:

a) não apresentarem desconto, apresentarem desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) ou apresentarem desconto de 100% (cem por cento) sobre os custos internos de produção (criação e montagem) de propaganda, renunciando à totalidade da remuneração, b) não atingirem a pontuação mínima exigida das PROPONENTES nesta etapa da Licitação, a fim de que possam ser classificadas, que é de 7 (sete) pontos, o equivalente a 70% (setenta por cento) do total de pontos possíveis.

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

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

$$NMP = \frac{8(NPT) + 2(NPC)}{10}, \text{ onde:}$$

NMP = nota média ponderada final;
NPT = nota da Proposta Técnica;
NPC = nota da Proposta Comercial

1.2. No cálculo da Nota Média Ponderada Final (NMP), 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 os 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 Tomada de Preços será decidida por sorteio, em sessão pública, para a qual serão todas as Licitantes convocadas.

XI. APURAÇÃO DOS VENCEDORES

1. Ultrapassado o prazo recursal e homologado o resultado do julgamento pela autoridade competente da CONTRATANTE, o Contrato objeto deste Edital será adjudicadas à Licitante considerada vencedora nos termos dos itens seguintes.
2. A agência vencedora será aquela que obtiver maior Nota Média Ponderada Final.
3. Para efeito de adjudicação e contratação, será considerada vencedora do certame, a licitante que concordar em equalizar sua proposta comercial ao limite da proposta comercial de maior desconto entre os licitantes classificados, observada a ordem de classificação das licitantes obtida nos termos do item III acima.

As classificadas serão consultadas por escrito e deverão se manifestar, também por escrito, no prazo preclusivo de 24 (vinte e quatro) horas, sua concordância com a equalização da proposta comercial de maior desconto entre os licitantes classificados. Não poderá ser declarada vencedora a licitante que não se manifestar no prazo estipulado.