

**EDITAL DE LICITAÇÃO 001/2016  
MODALIDADE CONCORRÊNCIA**

O **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO NO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL – SESCOOP/MS** - com sede na Ceará, 2245, Vila Célia, CEP 79.022-390, na cidade de Campo Grande, Estado de Mato Grosso do Sul, através da Comissão Permanente de Licitação, nos termos do Regulamento de Licitações e de Contratos do SESCOOP - Resolução n.º 850/2012, de 28 de fevereiro de 2012, faz público que promoverá **LICITAÇÃO** sob a modalidade **CONCORRÊNCIA**, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a contratação de empresa especializada para prestar serviços profissionais de publicidade e propaganda, em regime de **não exclusividade**, para atender ao SESCOOP/MS.

**I - DO OBJETO E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

1.1 – A presente licitação tem por objetivo a contratação, sob demanda, de empresa especializada para a prestação de serviços profissionais de publicidade e propaganda, em todos os meios de comunicação, e de apoio às atividades de Comunicação e Marketing para o SESCOOP/MS, incluindo criação e acompanhamento de peças eletrônicas; estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição e controle de veiculação de planos, projetos, programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas, para produtos, serviços e eventos do SESCOOP/MS, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

1.2. Os recursos financeiros inerentes à execução do objeto correrão por conta de recursos próprios do SESCOOP/MS, consignados em seu orçamento sob o centro 2.3.02.01.001 específico da área de Campanhas e Publicidade ou outros códigos orçamentários, ficando a sua discriminação vinculada ao projeto para o qual sejam demandadas as solicitações.

1.3. A estimativa de gastos para contratação do objeto desta licitação é de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

1.4. A estimativa de valor prevista no item anterior constitui-se mera previsão, não estando o SESCOOP/MS obrigado a realizá-la em sua totalidade e não cabendo à licitante vencedora o direito de pleitear tal valor, diferenças, bem como qualquer tipo de reparação ou indenização, pela expectativa.

## II – DOS ANEXOS

2.1 Integram o presente Edital os seguintes documentos:

- Anexo 1 - Carta de Credenciamento;
- Anexo 2 - Modelo de declaração de cumprimento do art. 7º, XXXIII, da CF/88;
- Anexo 3 - Modelo de declaração de não superveniência;
- Anexo 4 - Instrumento contratual;
- Anexo 5 – BRIEFING;
- Anexo 6 – Modelo de Proposta de preços;
- Anexo 7 - Subcomissão Especial de Licitação;
- Anexo 8 - Planilha de Pontuação.

## III - DO LOCAL E DATA DE ENTREGA DAS PROPOSTAS

3.1 A entrega dos envelopes com a documentação exigida deverá ocorrer na Rua Ceará, 2245 Vila Célia, Campo Grande/MS, aos cuidados da Comissão de Licitação.

3.2 A entrega dos envelopes poderá ser feita até às **14h00min do dia 29 de março de 2016** na Rua Ceará, 2245 Vila Célia, Campo Grande/MS, ocasião na qual serão abertos os envelopes, .

3.2.1 Os envelopes poderão ser entregues e recebidos para participarem do processo licitatório enquanto se estiver procedendo a abertura dos envelopes contendo a documentação referente à habilitação. Após aberto o último envelope **“A” – Documentos de Habilitação**, a Comissão recusará o recebimento de outros.

#### IV - DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1 Não poderão participar da presente licitação:

- a) pessoa jurídica impedida de licitar ou de contratar com qualquer das entidades que integrem o Sistema OCB/MS;
- b) pessoa jurídica em processo de recuperação judicial ou em processo falimentar;
- c) pessoa jurídica cujos diretores, responsáveis legais ou técnicos, membros de conselho técnico, consultivo, deliberativo ou administrativo ou sócio, sejam dirigentes ou empregados do Sistema OCB/MS e ainda seus cônjuges ou parentes em primeiro grau;
- d) simultaneamente, pessoa jurídica do mesmo grupo econômico, sociedades coligadas, controladoras e suas respectivas controladas e empresas cujos sócios, cotistas ou diretores, sejam as mesmas pessoas de outra que esteja participando desta licitação e ainda seus cônjuges ou parentes em primeiro grau;
- e) pessoa jurídica cujos empregados, consultores, técnicos ou dirigentes tenham colaborado, de qualquer forma, na elaboração deste instrumento convocatório e de seus anexos.

4.1.1 Na hipótese da alínea “d” deste item, haverá a desclassificação de todas as licitantes impedidas, salvo se permanecer apenas uma, ante a desistência das demais.

4.2 A licitante poderá se fazer representar nesta licitação por meio de pessoa física devidamente credenciada, nos termos do instrumento constante do Anexo 1 - Carta de Credenciamento ou por Procuração.

4.2.1 No caso da Carta de Credenciamento ou Procuração, tais documentos deverão estar dentro do envelope **“A” – Documentos de Habilitação**, acompanhado de cópia do Contrato Social ou

instrumento equivalente que comprove a legitimidade de poderes da pessoa que a tiver assinado.

4.2.1.1 A procuração, caso não possua prazo de validade, deverá ter sido emitida no prazo de máximo de 90 (noventa) dias anteriores à data da abertura do certame.

4.2.2 Caso o representante da empresa, na sessão, seja sócio, não haverá necessidade da Carta de Credenciamento nem de Procuração, bastando apenas que comprove sua identidade e que seu nome possua poderes de representação plasmados no Contrato Social ou documento equivalente.

4.2.3 A ausência da Carta de Credenciamento ou documento similar não impede a participação da licitante, mas, obsta a manifestação de representante.

4.2.4 O não credenciamento e não comparecimento de representante, não inabilita a licitante, nem tampouco impede o prosseguimento das fases do certame licitatório.

4.3 Nenhuma pessoa, ainda que munida de procuração, poderá representar mais de uma licitante, sob pena das demais outorgantes perderem o seu direito à representação nas sessões públicas.

4.4 As licitantes, no dia, hora e local designados no preâmbulo, apresentarão toda a documentação exigida por este Instrumento Convocatório em 04 (quatro) envelopes – “A”, “B”, “C” e “D” – lacrados, assim especificados:

**Envelope “A” – Documentos de Habilitação**

CONCORRÊNCIA N. 001/2016

NOME DA LICITANTE: (Identificação da licitante e e-mail)

CNPJ DA LICITANTE:

NOME DO REPRESENTANTE (caso houver)

CPF DO REPRESENTANTE (caso houver)

**Envelope “B” – Proposta Técnica**

CONCORRÊNCIA N. 001/2016

NOME DA LICITANTE: (Identificação da licitante e e-mail)

CNPJ DA LICITANTE:

NOME DO REPRESENTANTE (caso houver)

CPF DO REPRESENTANTE (caso houver)

**Envelope “C” – Proposta Técnica (Apócrifa)**

**Envelope “D” – Proposta de Preços**

CONCORRÊNCIA N. 001/2016

NOME DA LICITANTE: (Identificação da licitante e e-mail)

CNPJ DA LICITANTE:

NOME DO REPRESENTANTE (caso houver)

CPF DO REPRESENTANTE (caso houver)

4.4.1 O envelope “C” – Proposta Técnica (Apócrifa) será fornecido pelo SESCOOP/MS e deverá ser requerido e retirado pela licitante interessada na sede dessa entidade até às 17h do dia **24/03/2016**.

4.5 A participação na presente licitação implica aceitação integral e irretratável dos termos e condições deste Edital e dos seus Anexos, bem como do Regulamento de Licitações e Contratos do SESCOOP, Resolução SESCOOP n. 850/2012.

## **5. DOS BENEFÍCIOS DA LEI COMPLEMENTAR 123/2006**

5.1 Para os benefícios da Lei Complementar 123/2006 deverá ser comprovado o enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, apresentando um dos seguintes documentos:

5.1.1 Declaração de enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte emitida pela Junta Comercial do Estado da sede da licitante.

5.1.2 Comprovação de adesão da empresa no regime tributário Simples Nacional.

5.2. O documento comprobatório deverá constar no envelope “**A**” – **Documentos de Habilitação.**

5.3 A não apresentação deste documento não ensejará desclassificação do certame, contudo o licitante que omitir sua apresentação não provará sua condição como microempresa ou empresa de pequeno porte e estará abrindo mão dos benefícios concedidos pela referida Lei, sem prejuízo do direito de oferecimento dos documentos de habilitação e proposta.

## **VI - DA HABILITAÇÃO**

6.1 Somente poderão participar desta licitação pessoas jurídicas legalmente estabelecidas no País, cujo objeto social expresso no estatuto, no contrato social ou em documento equivalente especifique atividade compatível com o objeto da presente licitação.

6.2 Para os fins de habilitação, todas as licitantes deverão apresentar os documentos relacionados neste tópico, entregues, preferencialmente, na mesma ordem em que eles se encontram aqui descritos e com a identificação pelo número de cada um dos itens.

6.3 Os documentos apresentados em cópias não necessitarão de autenticação nem acompanhamento de suas respectivas vias originais, salvo em caso de diligência determinada pela Comissão de Licitação.

6.3.1 Todas as certidões apresentadas deverão ter sido emitidas em no máximo 60 (sessenta) dias anteriores à data da abertura do certame, caso não possuam prazo próprio de validade.

6.4 A Comissão de Licitação poderá efetuar diligências a fim de comprovar a veracidade das informações e dos documentos apresentados pelas licitantes, inclusive quanto à regularidade fiscal,

que poderá ser comprovada mediante pesquisa nos sítios oficiais na internet.

6.5 Serão inabilitadas as empresas que não tenham atendido às condições estabelecidas neste item.

### **>> HABILITAÇÃO JURÍDICA**

6.6 Para fins de habilitação jurídica, a licitante deverá apresentar dentro no envelope **“A” – Documentos de Habilitação**, a seguinte documentação:

6.6.1 Cédula de identidade e prova de registro, no órgão competente, no caso de empresário individual;

6.6.2 Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado no órgão competente;

6.6.2.1 Os documentos acima relacionados poderão ser substituídos por certidão simplificada emitida pela junta comercial onde constem o capital social, os sócios e o dirigente da empresa licitante;

6.6.3 Ato de nomeação ou de eleição dos administradores, devidamente registrado no órgão competente;

6.6.4 Comprovante de associação em Sindicato de Agências de Publicidade.

6.6.5 Ainda que possuam restrições fiscais ou fazendárias, as microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar a totalidade dos requisitos exigidos para fins de comprovação da regularidade fiscal.

6.6.5.1 Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal das microempresas e empresas de pequeno porte, será assegurado o prazo de 2 (dois) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento imediatamente posterior a habilitação, prorrogáveis por igual período, a critério do SESCOOP/MS, para a

regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

## **>> QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

6.7 Para fins de habilitação da qualificação técnica, a licitante deverá apresentar:

6.7.1 Comprovação de aptidão para o fornecimento dos serviços e materiais compatíveis com os aqueles descritos no 'briefing' do presente certame, por meio da apresentação de 01 (um) ou mais atestados, fornecidos por pessoa jurídica, de direito público ou privado, de que já forneceu ou fornece satisfatoriamente o objeto da mesma natureza ou similar ao objeto aqui licitado.

6.7.2 Indicar responsável pelo atendimento e responsável pela criação, através de declaração firmada por esses distintos profissionais, os quais deverão ser os responsáveis pela conta publicitária do SESCOOP/MS.

6.7.3 Qualquer informação incompleta ou inverídica constante dos documentos de capacitação técnica apurada pela Comissão de Licitação, mediante simples conferência ou diligência, implicará na inabilitação da respectiva licitante.

## **>> QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

6.8 Para fins de habilitação econômico-financeira, a licitante deverá apresentar:

6.8.1 balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, ou balanço de abertura no caso de empresa recém-constituída, que comprovem boa situação financeira.

6.8.2 será exigível o balanço do exercício social encerrado a mais de 180 (cento e oitenta) dias da data deste edital; podendo ser apresentado o mais recente.



6.8.3 Serão considerados aceitos como Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis, os assim apresentados:

a) de sociedades por ações (S/A): publicado no diário oficial; ou publicados em jornal de grande circulação; ou por fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

b) de sociedades por cota de responsabilidade limitada (LTDA), sejam microempresas ou empresas de pequeno porte: por fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

c) de empresário individual, seja microempresa ou empresa de pequeno porte: por fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

d) de sociedade criada no exercício em curso: por fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante, demonstrando que o capital social fora totalmente integralizado;

e) de demais Sociedades: por fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis, acompanhado da respectiva ata de aprovação pela Assembleia Geral; registrados ou autenticados na Junta Comercial da Sede ou domicílio da licitante ou em outro órgão de controle;

6.8.4 o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade e que demonstre:

a) Que das informações supra referidas resulte índice de liquidez geral (ativo circulante + realizável a longo prazo / passivo Circulante + passivo não circulante) igual ou superior a 01 (um).

b) que o capital social integralizado seja equivalente, pelo menos, à 10% do valor referido no item 1.3.

6.8.5 O licitante deverá apresentar Certidão negativa de falência, concordata ou recuperação judicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

## **>> REGULARIDADE FISCAL**

6.9 Para fins de regularidade fiscal, a licitante deverá apresentar:

5.9.1 Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ).

6.9.2 Prova de regularidade fiscal com a Fazenda Nacional e Estadual, relativo ao domicílio ou sede da licitante, mediante a apresentação dos seguintes documentos:

6.9.2.1 Certidão Negativa de Débitos – CND expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, referente aos tributos federais e à Dívida Ativa da União, por elas administrados, no âmbito de suas competências.

6.9.2.2 Certidão Negativa de Débitos – CND, emitida pela Fazenda Estadual.

6.9.3 Certificado de Regularidade do FGTS (CRF), expedido pela Caixa Econômica Federal.

6.9.4 Prova de Regularidade relativa à Seguridade Social (INSS).

6.9.5 Prova de Regularidade com a fazenda municipal do domicílio ou sede do licitante.

6.9.6 Caso a licitante seja Cooperativa, deverá apresentar Certificado de registro e de regularidade junto à OCB/MS;

6.10 E ainda:

6.10.1 Declaração da licitante que não possui em seu quadro de pessoal empregado(s) com menos de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal de 1988, conforme **Anexo 2**;

6.10.2 Declaração, observada as penalidades cabíveis, da não superveniência de fato impeditivo da habilitação, **Anexo 3**;

## VII - DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1 O envelope “B” - PROPOSTA TÉCNICA deverá conter o mesmo conteúdo do envelope “C” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, consoante as informações constantes no ‘briefing’ disposto no **anexo 05**.

7.2 No envelope “B” - PROPOSTA TÉCNICA”, devidamente endereçado nos moldes do item 4.4 deste edital, deverá conter folha de apresentação da proposta técnica devidamente assinada por representante da licitante. Apresentar páginas numeradas sequencialmente, assinada em sua parte final, bem como ter rubricadas todas as folhas pelo representante legal da licitante.

7.3 No envelope “C” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA”, o qual será fornecido pelo SESCOOP/MS, conterá a mesma proposta técnica identificada, devendo ser apresentada em papel A4, utilizando-se apenas fonte “arial”, tamanho ‘12’ pontos, com espaçamento ‘1,5’ entre as linhas, com margens (superior, inferior, esquerda e direita) de 2,5cm, texto justificado sem recuo nos parágrafos e linhas subsequentes, em caderno único, preso por ‘clip’ metálico não colorido, com numeração sequencial em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página.

7.3.1 As laudas constantes no envelope de número “C” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, destinado a apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária, deverão estar redigidas conforme o item anterior, não podendo, em hipótese alguma,

apresentar alguma assinatura, marca ou sinal capaz de identificar a proposta, sob pena de desclassificação.

7.3.2 O envelope “C” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, que trata o item 7.3, deverá ser retirado na sede do SESCOOP/MS, até às 17h do dia ....., junto à Comissão de Licitação, com a Sr. Ivanildo de Jesus Silva (telefone 67-3389-0206).

7.4 A Proposta Técnica com base no briefing deverá referir-se ao seguinte:

7.4.1 **Plano de Comunicação Publicitária** - a licitante apresentará Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no briefing (Anexo 05 deste Edital), o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

7.4.1.1 Raciocínio Básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do SESCOOP/MS, a compreensão da proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

7.4.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: sob a forma de texto que indicará as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pelo SESCOOP/MS, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do tema e do conceito que, a seu juízo, devem fundamentar a proposta de solução publicitária do problema específico de comunicação do SESCOOP/MS;
- b) explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que comunicar, a quem comunicar, como comunicar, quando comunicar e que meios de divulgação, instrumentos e ferramentas a utilizar.

7.4.1.3 Ideia Criativa: sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa da proponente aos desafios e metas explicitados na estratégia de comunicação publicitária.

7.4.1.3.1 Os exemplos de peças:

- a) estão limitados a dez, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;
- b) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de “monstro”, para rádio e internet;

7.4.1.3.1.1 – Todas as peças impressas do item 7.4.1.3.1 deverão estar em papel tamanho A4.

7.4.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia: em que a proponente explicará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas para um ano, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível, apresentada sob a forma de texto, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

7.4.1.4.1 Para fins da apresentação da estratégia de mídia e não mídia a licitante deverá considerar o orçamento de R\$ 400.000,00 para o período de 12 meses. Contudo, conforme exposto no item 1.3 e 1.4, o valor referido é exclusivamente para fins de elaboração da estratégia.

- a) **apresentação** em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba indicada, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) **simulação** de plano de distribuição de todas as peças e ou material destinados a veiculação, exibição, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

7.4.1.4.2 Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos e em outros meios de divulgação;

7.4.1.4.3 Na simulação de que trata a alínea 'b' do item 7.4.1.4.1:

- a) os preços das inserções em veículos e em outros meios de comunicação, a serem considerados na simulação de plano de distribuição prevista no subitem 7.4.1.4, devem ser os de tabela cheia dos veículos e ou de outros meios de divulgação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/65;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

7.4.2 **Capacidade de Atendimento**: textos em que a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do SESCOOP/MS, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

7.4.3 **Repertório:** apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/distribuídos/exibidos/expostos pela licitante.

7.4.3.1 Poderão ser apresentadas até dez peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça.

7.4.3.2 Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver, título, data de produção, período de veiculação/distribuição/exibição/exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/exibiu/expôs.

7.4.3.3 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura, desde que sejam impressas em papel tamanho A4.

7.4.3.4 As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo SESCOOP/MS.

7.4.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados dois cases, relatando, em no máximo duas páginas cada, soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação.

7.4.4.1 Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo SESCOOP/MS.

7.4.4.2 É permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas

dimensões originais e sua leitura, desde que sejam impressas em papel tamanho A4.

7.5 O texto pertinente ao Plano de Comunicação Publicitária está limitado a oito páginas, ressalvado que não serão computados nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos dos quesitos, a página com a relação prevista na alínea 'a' do item 7.4.1.3.1 os roteiros das peças de que trata a alínea 'b' do item 7.4.1.3.1 e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas 'a' e 'b' do item 7.4.1.4.1.

7.6 A critério do SESCOOP/MS, a campanha publicitária proposta pela Agência vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato, ou seja, o plano de comunicação vencedor não é vinculante, podendo ocorrer modificações parciais ou totais.

## **VIII - DA PROPOSTA DE PREÇOS**

8.1 A proposta deverá ser apresentada conforme envelope "D" – Proposta de Preços", na forma prevista neste Edital, devendo ser redigida sem emendas ou rasuras, conter o nome da proponente e a referência a este certame, sugere-se que seja apresentada em papel timbrado da empresa ou possua o carimbo da empresa com CNPJ em todas as páginas.

8.2 Ser assinada em sua parte final e rubricada em todas as folhas por representante legal da licitante.

8.3 Ter indicação de prazo de validade da proposta não inferior a 120 (cento e vinte) dias, contados a partir da data marcada para abertura das propostas, ficando estabelecido que, na omissão ou dúvida deste, prevalecerá esse prazo.

8.4 – Apresentar na proposta os valores por algarismo e por extenso, e, em caso de divergência entre eles, prevalecerá este último;



8.5 As porcentagens de desconto e de honorários oferecidos na Proposta de Preços deverão ser expressas em percentual, com 2 (duas) casas após a vírgula, sob pena de não serem aceitas.

8.6 Será adotada a seguinte política de preços para os serviços assim descritos:

a) o desconto a ser concedido ao SESCOOP/MS, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul será de \_\_\_\_% (xxxxxxxxxxx);

b) pelo “desconto de agência” concedido pelos veículos de comunicação, sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociado pela licitante, será revertido em favor do SESCOOP/MS o equivalente a \_\_\_\_% (xxxxxxx) do valor da mídia;

8.7 Na hipótese de discordância entre os valores apresentados, a cotação indicada por extenso prevalecerá sobre a numérica.

8.8 O banco de sua escolha, com a indicação do número da agência e da conta corrente para fins de pagamento deverão ser indicados pela empresa em sua proposta.

8.9 A apresentação da proposta equivale a aceitação e a declaração de que a proponente examinou minuciosamente o pertinente Edital, seus Anexos, anuindo e submetendo-se, integralmente, às suas condições e, também, que obteve da Instituição, satisfatoriamente, todas as informações e esclarecimentos solicitados.

8.10 Nos valores propostos deverão estar incluídos todos os custos diretos e indiretos, inclusive os tributários e previdenciários.

8.11 Não serão aceitas propostas enviadas via fax, e-mail ou qualquer outro meio não especificado neste edital.

8.12 Serão desclassificadas as empresas que não tenham atendido às condições estabelecidas neste Edital, bem como aquelas que contenham itens condicionantes para início da prestação dos serviços.

## IX - DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.1 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída de 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, jornalismo, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

9.2 A indicação/nomeação dos membros da subcomissão técnica será validada por portaria firmada pelo Presidente do Conselho Administrativo do SESCOOP/MS.

## X - DOS PROCEDIMENTOS

10.1 Após o credenciamento das licitantes e dos seus eventuais representantes, a Comissão de Licitação procederá à abertura dos envelopes “A” – Documentos de Habilitação.

10.2 Caso entender necessário, a comissão poderá suspender a sessão para exame dos documentos de habilitação para avaliação em separado, sendo que a sua decisão deverá ser lavrada em ata própria e divulgada às licitantes participantes através de e-mail informado nos endereçamentos dos envelopes, Exceto envelope “C” e divulgação no site da instituição.

10.3 Após esta divulgação consideram-se intimadas da decisão todas as licitantes participantes do certame. A partir da data desta intimação correrá o prazo recursal.

10.4 As licitantes habilitadas terão seus envelopes “**C**” – **Proposta Técnica Apócrifa** analisadas pela subcomissão técnica, a qual se reunirá, em data posterior ao encerramento da fase de habilitação, para elaborar a planilha de pontuação.

10.4.1 A planilha tratada o item anterior será apresentada em sessão pública, para a qual serão convidadas todas as licitantes cadastradas e habilitadas, ocasião na qual se fará a soma da pontuação e a identificação das licitantes.

10.5 Será declarada vencedora do presente certame, a empresa classificada que apresentar o MAIOR ÍNDICE GERAL e que tenha cumprido para com as demais exigências de habilitação deste edital.

10.6 Não serão considerados como critério de classificação e nem de desempate das propostas, qualquer oferta de vantagem não prevista neste edital.

10.7 Quando todos os licitantes forem inabilitados ou todas as propostas de preços forem desclassificadas, o SESCOOP/MS poderá fixar aos licitantes, até 08 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação ou de outras propostas de preço escoimadas das causas referidas neste item.

10.8 A Comissão Permanente de Licitação poderá solicitar pareceres técnicos ou jurídicos a pessoas externas, a fim de possibilitar um melhor julgamento do presente certame.

10.9. Das decisões da Comissão Permanente de Licitação caberão os recursos na forma e prazos previstos nos artigos 22, 23 e 24 do Regulamento de Licitações e de Contratos do SESCOOP, ficando indicado que a Autoridade Superior competente do SESCOOP/MS é a Diretoria Executiva.

10.10. Feita a classificação das propostas e transcorrido os prazos recursais, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará o processo à Autoridade Superior do SESCOOP/MS, que poderá, a seu critério, adjudicar e homologar o objeto ao licitante classificado com a maior Nota.

## **XI - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

11.1 A Proposta Técnica será automaticamente desclassificada no caso das condições propostas não atenderem integralmente ao solicitado no objeto da licitação, constante deste edital e seus anexos.

11.2 Somente serão examinadas as propostas técnicas daquelas licitantes habilitadas nesta licitação, nas quais se verificará, preliminarmente, o atendimento das condições estabelecidas neste edital.

11.3 No julgamento da Proposta Técnica serão adotados os quesitos abaixo, com a indicação dos valores máximos atribuíveis a cada um deles para o cálculo da pontuação técnica, sendo efetuada da seguinte forma:

11.4.1. Capacidade de Atendimento – item 7.4.2: Máximo de 10 pontos

Item	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;	0,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;	2,5
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do SESCOOP/MS;	03
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;	01
e) A operacionalidade do relacionamento entre o contratante e a licitante, esquematizado na proposta;	01
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do SESCOOP/MS, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;	01
g) A segurança técnica e operacional ensejada pelas características deste quesito da proposta.	01
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>	<b>10</b>

11.4.2. Repertório – item 7.4.3: Máximo de 05 pontos

Item	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência;	02
b) A clareza da exposição;	02
c) A qualidade da execução e do acabamento.	01

<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>	<b>05</b>
-------------------------	-----------

11.4.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – item 7.4.4: Máximo de 05 pontos

Item	Pontuação
a) Avaliação da capacidade de detectar e delimitar problemas de comunicação;	01
b) A capacidade de equacionar e planejar uma solução efetiva de comunicação;	01
c) A evidência de perfeita concatenação entre causa e efeito;	01
d) A capacidade de medir adequadamente os resultados;	01
e) A evidência de perfeita integração da comunicação digital com a comunicação publicitária;	01
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>	<b>05</b>

11.4.4. Plano de Comunicação Publicitária – item 7.4.1:

A Licitante apresentará Plano de Comunicação para uma Campanha Institucional para o SESCOOP/MS, elaborado com base no **BRIEFING**.

11.4.4.1. Raciocínio Básico – item 7.4.1.1: Máximo de 10 (dez) pontos

Item	Pontuação
a) Conhecimento da história e da natureza institucional do SESCOOP/MS, suas principais linhas de produtos e serviços e suas características mais significativas para a comunicação publicitária;	02
b) O papel do SESCOOP/MS no atual contexto social, político e econômico;	02
c) A extensão, a qualidade e as formas do relacionamento do SESCOOP/MS com seus públicos;	02
d) Acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do SESCOOP/MS e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e do setor Cooperativista;	04
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>	<b>10</b>

11.4.4.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – item 7.4.1.2 : Máximo de 30 (trinta) pontos

Item	Pontuação
a) A adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do SESCOOP/MS e o seu problema específico de comunicação;	07
b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;	05
c) A riqueza de desdobramentos positivos para o SESCOOP/MS;	04
d) A evidência de pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição;	07
e) Cobertura dos públicos-alvo por meio da linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida.	07
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>	<b>30</b>

#### 11.4.4.3. Ideia criativa – item 7.4.1.3: **Máximo de 25 (vinte e cinco) pontos**

Item	Pontuação
a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do SESCOOP/MS;	02
b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	02
c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	02
d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	04
e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	04
f) Sua pertinência às atividades do SESCOOP/MS e à sua inserção na sociedade;	02
g) Os desdobramentos comunicativos que enseja;	02
h) A exequibilidade das peças;	02
i) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos;	03
j) A capacidade de síntese da estratégia de comunicação.	02
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>	<b>25</b>

#### 11.4.4.4. Estratégia de mídia e não mídia – item 7.4.1.4: **Máximo de 15 (quinze) pontos**

Item	Pontuação
a) Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: 3,0 (três) pontos.	03
b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia:	03
c) Criatividade e inovação nas soluções de mídia para atingir os objetivos de comunicação:.	03
d) Economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária simulado na proposta:.	02

e) Integração da estratégia de mídia com a estratégia de comunicação apresentada:	02
f) A pertinência, a oportunidade e a melhor alternativa demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do SESCOOP/MS:	01
g) A pertinência, a oportunidade e a melhor alternativa demonstradas no uso da mídia digital para atingir os objetivos de comunicação:	01
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>	<b>15</b>

11.5 Para cada um dos quesitos há critérios de julgamentos listados, com pontuação específica, a Subcomissão Técnica julgará as propostas com base na competência da agência em cumprir cada um dos critérios.

11.6 Os membros da Subcomissão Técnica analisarão e julgarão os quesitos do Plano de Comunicação levando em consideração as exigências legais ou estabelecidas no Edital.

11.7 A nota do quesito corresponderá à nota debatida por todos os membros da Subcomissão Técnica. A nota total de cada licitante corresponderá ao somatório das notas de todos os quesitos.

11.8 As planilhas com as pontuações deliberadas pelos membros da Subcomissão conterão, respectivamente, as pontuações acordadas para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações acordadas para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de problemas de Comunicação de cada licitante. (VER)

11.9 O julgamento das propostas técnicas será realizado exclusivamente com base nos critérios especificados neste instrumento convocatório.

11.10 Caso a pontuação de duas ou mais licitantes restarem empatadas, os valores percentuais constantes na proposta de preço serão os critérios de desempate.

11.11 A classificação será realizada na ordem decrescente do percentual que trata a alínea “b” do item 8.1. Permanecendo o empate, a classificação será realizada na ordem decrescente do percentual que trata a alínea “a” do item 8.1.

## XII - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada no **Envelope “D” – Proposta de Preços**, na forma prevista no **Anexo 06** deste Edital ou em formulário próprio contendo no mínimo as mesmas informações do anexo citado, e terá uma valoração máxima de 100 (cem) pontos, conforme tabela abaixo:

DESCONTO/HONORÁRIOS	NOTAS (N)
a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul.	Desconto de 0% a 9,99% = 5 pontos Desconto de 10% a 19,99% = 10 pontos Desconto de 20% a 29,99% = 20 pontos Desconto de 30% a 39,99% = 30 pontos Desconto de 40% a 49,99% = 40 pontos Desconto acima de 50% = 50 pontos
b) Percentual de “desconto de agência” concedido pelos veículos de comunicação, sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociado pela licitante, será revertido em favor do SESCOOP/MS o equivalente a ____% (xxxxxxx) do valor da mídia;	De 1 ou 2% de desconto = 10 pontos De 3 ou 4% de desconto = 20 pontos De 5 ou 6% de desconto = 30 pontos De 7 ou 8% de desconto = 40 pontos De 9 ou 10% de desconto = 50 pontos
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>	<b>100 PONTOS</b>

12.1.1 Os valores percentuais estipuladas na alínea “b” do item 12.1 são condicionantes, ou seja, o licitante deverá efetuar sua proposta considerando a margem entre 1% (um por cento) a 10% (dez por cento).

12.2 A proposta de preços deverá atender aos seguintes requisitos tratados no item VIII – Da proposta de preços:

12.2.1 Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente edital ou que apresentarem rasuras e falhas que impossibilitem a sua compreensão.



12.3 Não serão admitidas, em hipótese alguma, alegações posteriores de desconhecimento das especificações apresentadas e de dificuldades técnicas não previstas.

### **XIII – DA CLASSIFICAÇÃO DAS LICITANTES PELA PONTUAÇÃO OBTIDA**

13.1. A classificação das licitantes se dará pelo somatório da pontuação obtida na Proposta Técnica e na Proposta de Preços, em ordem decrescente, sendo 1ª colocada a licitante que obtiver o MAIOR ÍNDICE GERAL (MIG), de acordo com a aplicação da fórmula abaixo:

$$\text{MIG} = \frac{(\text{IT} \times 7) + (\text{IP} \times 3)}{100}$$

Sendo:        **MIG = MAIOR ÍNDICE GERAL**  
                 **IT = ÍNDICE TÉCNICO**  
                 **IP = ÍNDICE DE PREÇO**  
                 **7 (SETE) = Fator de Ponderação do IT**  
                 **3 (TRÊS) = Fator de Ponderação do IP**

13.2. No caso de empate entre duas ou mais propostas, a escolha se fará, obrigatoriamente, por sorteio, em ato público, para o qual todas as licitantes serão convocadas, ou por sorteio, na mesma ocasião da definição do empate, caso todas as licitantes estejam devidamente representadas e concordem, sendo vedado qualquer outro procedimento.

### **XIV - DA IMPUGNAÇÃO**

14.1 Decairá do direito de impugnar os termos do edital o proponente que após tê-lo aceito sem objeção, venha, transcorrido o período estabelecido no parágrafo segundo do artigo 41 da Lei 8.666/93, apresentar falhas ou irregularidades que o viciem; hipótese em que tal

comunicação não terá efeito de recurso, nem interromperá ou suspenderá o prazo estipulado para abertura dos envelopes.

14.2 A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar desta licitação até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

14.2.1 - A impugnação interposta no protocolo do SESCOOP/MS deverá ser comunicada de imediato à Comissão de Licitação, por quem a apresentou.

## **XV – DOS RECURSOS**

15.1 Observado o disposto no art. 22 da Resolução n. 43 do SESCOOP/MS, a licitante poderá apresentar recurso ao Presidente da Comissão de Licitação, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou lavratura da ata, nos casos de habilitação ou inabilitação da licitante ou do julgamento das propostas, anulação ou revogação desta Concorrência.

15.2 Caso a licitante não manifeste interesse em recorrer, precluirá seu direito para interposição de recurso.

15.3 Em atenção aos princípios do procedimento licitatório ficam os autos da licitação com vista franqueada aos interessados, podendo ser realizadas anotações desejadas, solicitadas cópias (as quais deverão ser entregues num prazo de 24 horas), vedando-se a retirada em carga.

15.4 Interposto, o recurso será comunicado às demais licitantes que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis. Findo esse período, impugnado ou não o recurso, a Comissão de Licitação poderá, no prazo de 10 (dez) dias úteis, reconsiderar ou manter a sua decisão.

15.5 Quaisquer argumentos ou subsídios concernentes à defesa da licitante que pretender modificação total ou parcial das decisões da Comissão de Licitação deverão ser apresentados exclusivamente por escrito, exclusivamente, anexando-se ao recurso próprio.

## **XVI - DA HOMOLOGAÇÃO, DA ADJUDICAÇÃO E DO CONTRATO**

16.1 A adjudicação dar-se-á após julgamento final e consequente homologação do procedimento, indicando a licitante vencedora.

16.2 O SESCOOP/MS convocará a licitante vencedora para assinar o contrato, consignando na convocação a data, hora e local determinados para esse fim.

16.2.1 Verificada a recusa em assinar o contrato, o SESCOOP/MS poderá convocar as demais licitantes, obedecendo à ordem classificatória.

16.3 O contrato será de 12 meses, período no qual a CONTRATADA deverá executar todos os serviços e veiculações constantes no plano de comunicação apresentado ou outros solicitados pelo CONTRATANTE, podendo ser aditado nas hipóteses de complementação ou acréscimo que se fizer no objeto em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado, quando for do interesse do SESCOOP/MS, nos termos do art. 30, ambos do seu Regulamento de Licitações e Contratos - RLC.

16.4. A CONTRATADA somente poderá iniciar a prestação dos serviços ou entrega de produtos após a assinatura do contrato.

16.5 A execução do contrato, bem como os casos omissos, regular-se-ão pelas cláusulas contratuais e pelos preceitos de direito privado, aplicando-se supletivamente os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições de direito privado.

## **XVII - DO PAGAMENTO**

17.1 Os pagamentos dos serviços prestados serão efetuados no prazo de até 10 (dez) dias corridos, contados do aceite do documento fiscal, o qual deverá ser emitido pela agência contratada após a conclusão e comprovação de execução de determinado serviço.

17.2 O pagamento será efetuado através de crédito em conta corrente devidamente informada pela contratada.

17.3 O pagamento somente será concretizado depois de verificada a regularidade através da apresentação das certidões Negativas de Débitos fornecidas pelo INSS – Instituto Nacional da Seguridade Social. Quanto ao FGTS, junto a Caixa Econômica Federal e à Procuradoria Geral da Fazenda Nacional - PGFN.

## **XVIII - DAS PENALIDADES**

18.1 A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o Contrato, dentro do prazo estipulado, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-o à multa de 10% do valor referido no item 1.3.

18.2 Pela inexecução parcial ou total do Contrato, excluídas as hipóteses de caso fortuito e força maior, à CONTRATADA poderão ser aplicadas as seguintes penalidades, inclusive cumulativamente:

- a) advertência, por escrito;
- b) multas;
- c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE pelo prazo de até 02 (dois) anos;

18.3 Nas hipóteses de inexecução das obrigações, à CONTRATADA poderá ser aplicada multa de 0,1% (um décimo por cento) por dia, sobre o valor referido no item 1.3., enquanto perdurar o descumprimento.

18.4 O inadimplemento da CONTRATADA dará ao CONTRATANTE o direito de considerar resolvido o contrato, independentemente de prévia interpelação judicial ou extrajudicial, respondendo ainda a CONTRATADA pelas penalidades e pelas perdas e danos decorrentes, ressalvadas as hipóteses de caso fortuito ou força maior, devidamente comprovadas e impeditivas da prestação dos serviços.

18.5 A resolução do Contrato motivada pelo inadimplemento de qualquer das partes ensejará a aplicação de multa à parte culpada no montante correspondente a 10% (dez por cento) do montante do valor referido no item 1.3 que ainda não houver sido pago à CONTRATADA, sem prejuízo de indenização por perdas e danos.

18.6 O valor do orçamento apresentado no item 1.3 do presente edital é o valor aprovado para utilização no ano de 2016. O SESCOOP/MS não está obrigado a manter o mesmo valor para todos os exercícios, podendo o valor, para os anos seguintes serem inferiores ou superiores ao valor do orçamento descrito no item 1.3.

18.7 A CONTRATADA deverá comunicar, por escrito e justificadamente, as ocorrências de caso fortuito ou força maior impeditivas da prestação do serviço, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis contados da data da ocorrência, sob pena de não poder alegá-los posteriormente.

18.8 As eventuais multas e outros valores devidos pela CONTRATADA ao CONTRATANTE poderão ser compensados no momento do pagamento ou poderão ser cobradas judicialmente, se for o caso.

18.8.1 As multas poderão ser aplicadas tantas vezes quantas forem as irregularidades constatadas.

18.9 Além de qualquer outro descumprimento de cláusula contratual, constituem causas de resolução, em qualquer tempo, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que a CONTRATADA tenha direito a indenização, a qualquer título:

- a) ceder ou transferir, no todo ou em parte, os serviços que constituem o objeto deste certame, sem a prévia autorização escrita do CONTRATANTE;
- b) deixar de cumprir as obrigações previstas neste edital e no contrato;
- c) ocorrer reincidência, por parte da CONTRATADA, em infração contratual que implique na aplicação de multa;

d) ocorrer a decretação de falência, a liquidação judicial ou extrajudicial da CONTRATADA, ou ainda, o ingresso desta última em processo de recuperação judicial;

18.9.1 Em qualquer das situações elencadas nas alíneas acima, exceto o previsto na letra “d”, a CONTRATADA ficará sujeita à multa resolutória prevista na Cláusula 18.5, cumulativamente, respondendo ainda, pelas perdas e danos decorrentes.

## **XIX - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

19.1. É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase da Licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a completar a instrução do processo, caso em que poderão ser suspensos os procedimentos licitatórios até a realização da diligência, vedada à inclusão posterior de documentos que deveriam ter sido apresentados anteriormente;

19.2. As normas que disciplinam esta licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados sem comprometimento da segurança do futuro contrato e do princípio da vinculação ao instrumento convocatório;

19.3. As licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e o SESCOOP/MS não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório;

19.4. Após a primeira fase, não cabe desistência do processo, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Permanente de Licitação;

19.5. A Comissão Permanente de Licitação poderá adiar ou suspender os procedimentos licitatórios, dando conhecimento aos interessados, se assim exigirem as circunstâncias.

19.6. As licitantes são responsáveis em qualquer época pela fidelidade e legitimidade das informações constantes dos documentos apresentados.

19.7. Os casos omissos e as dúvidas suscitadas serão resolvidos pela Comissão Permanente de Licitação.

19.8. As licitantes deverão certificar-se, com a necessária antecedência, de todas as condições e fatores que possam afetar o objeto da licitação, não sendo levada em consideração qualquer argumentação posterior, proveniente dessas condições, para o que deverão conhecer com antecedência à confecção das propostas as condições sob as quais deverão ser atendidos os requisitos e as especificações do objeto da presente licitação.

19.9. Na contagem dos prazos estabelecidos nesse documento, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o dia do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário. Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste documento em dia de funcionamento do SESCOOP/MS.

19.10 Serão inabilitadas as licitantes e/ou desclassificadas as propostas que não tenham atendido as condições estabelecidas neste Instrumento Convocatório e seus Anexos.

19.11 O SESCOOP/MS se reserva o direito de cancelar esta licitação antes da assinatura do contrato, mediante prévia justificativa, sem que caiba às licitantes qualquer reclamação ou indenização conforme artigo 40 do Regulamento de Licitações e Contratos – RLC do SESCOOP.

19.12 Qualquer alteração neste Edital será comunicada aos interessados pela mesma forma com que se deu a divulgação ao texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando a alteração não afetar a formulação das propostas que poderá ser publicada no site da instituição (<http://www.ocbms.org.br/licitacao-concorrencia/>). Neste último caso, as alterações serão publicadas

exclusivamente na página da entidade na internet, no endereço [www.ocbms.org.br](http://www.ocbms.org.br) sem necessidade de reabertura de prazos.

19.13 Os interessados deverão manter-se atualizados de quaisquer alterações e/ou esclarecimentos sobre o edital, através de consulta permanente ao endereço acima indicado, não cabendo à entidade licitadora a responsabilidade pela não observância deste procedimento.

19.14 Das sessões públicas serão lavradas atas, as quais serão assinadas pela Comissão de Licitação e pelas licitantes presentes, se assim o desejarem, com os registros de todas as ocorrências.

19.15 Os envelopes de números “B”, “C” e 04 das licitantes não habilitadas serão devolvidos após a homologação do procedimento licitatório, salvo se na sessão para análise da documentação de habilitação, a licitante, por meio de seu representante, renuncie ao direito de interpor qualquer recurso.

19.16 Fica eleito o foro de Campo Grande (MS), para dirimir eventual controvérsia que decorra da presente licitação.

Campo Grande, .... de .....de 2016.

Ivanildo de Jesus Silva  
Presidente da Comissão de Licitação



**Anexo 01**  
**LICITAÇÃO N.º 001/2016**  
**MODALIDADE CONCORRÊNCIA**  
**Modelo de Carta de Credenciamento**

Ao SESCOOP/MS

Pela presente, designamos o Sr.(a) ..... portador(a) da carteira de identidade n. ...., inscrito(a) no CPF sob o n. ...., para nos representar no processo licitatório relativo a *Concorrência n. 001/2016*, podendo o mesmo fazer propostas, receber intimações, desistir de recurso, assinar atas e manifestar-se sobre quaisquer questões administrativas e técnicas, enfim, praticar todos os atos inerentes à referida licitação.

Local e data

Atenciosamente,

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Representante Legal da Empresa



**Anexo 02**  
**LICITAÇÃO N.º 001/2016**  
**MODALIDADE CONCORRÊNCIA**  
**DECLARAÇÃO**

**DECLARAÇÃO**

Declaramos, para fins de participação na licitação *Concorrência n. 001/2016* SESCOOP/MS, que não empregamos menores de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e que não empregamos menores de 16 anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos.

Local e data

---

Assinatura do Representante Legal da Empresa

**Anexo 03**  
**LICITAÇÃO N.º 001/2016**  
**MODALIDADE CONCORRÊNCIA**  
**DECLARAÇÃO DE NÃO SUPERVENIÊNCIA**

Declaramos, para fins de participação na licitação *Concorrência n. 001/2016* SESCOOP/MS, a inexistência de fato impeditivo de habilitação. Declaramos, outrossim, que possuímos todas as condições exigidas para a prestação dos serviços exigidos e que atendemos, integralmente, os requisitos do objeto desta licitação.

Local e data

---

Assinatura do Representante Legal da Empresa

**Anexo 04**  
**LICITAÇÃO N.º 001/2016**  
**MODALIDADE CONCORRÊNCIA**  
**MODELO INSTRUMENTO CONTRATUAL**

**INSTRUMENTO CONTRATUAL**

**CONTRATANTE:** **Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de Mato Grosso do Sul – SESCOOP/MS**, estabelecido na Rua Ceará, 2245 em Campo Grande (MS) inscrito no CNPJ sob n. 07.011.343/0001-09, representado neste ato pelo Presidente Sr. Celso Ramos Regis e pela sua Superintendente Sra. Dalva Aparecida Garcia Caramalac de agora em diante denominado **CONTRATANTE**.

**CONTRATADA:** **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, pessoa jurídica de direito privado, estabelecida em XXXXXXXXXXXX (XXXX), na XXXXXXXX XXXX, n. XX, inscrita no CNPJ sob o n. XX.XXX.XXX/XXXX-XX, representada por XXXX XXXXX doravante designada como **CONTRATADA**

**I – DO OBJETO**

O presente contrato, decorrente do procedimento licitatório *Concorrência n. 001/2016*, integrante do processo administrativo n. XXX/xx, obriga a CONTRATADA em fornecer ao CONTRATANTE todos os itens descritos no plano de comunicação a ser aprovado (parte integrante deste documento), pelos valores constante na proposta comercial enviada pela CONTRATADA.

Parágrafo Primeiro: A CONTRATANTE poderá realizar, no todo ou em parte, ou ainda, não realizar os itens descritos no plano de comunicação aprovado em virtude da Concorrência n. 001/2016, podendo substituí-los por aqueles que melhor atendam a necessidade da CONTRATANTE.

**II – DA NATUREZA**

O presente contrato tem natureza eminentemente civil, de caráter eventual, e será regido pelas disposições da Parte Especial do Código Civil Brasileiro.

**III – VIGÊNCIA**

O presente contrato terá vigência de 12 meses, a partir da data de sua assinatura nos termos dispostos no edital.

**IV – DA REMUNERAÇÃO**

4.1 A remuneração será na forma da proposta apresentada pela CONTRATADA, nos seguintes termos:

- a) o desconto a ser concedido ao SESCOOP/MS, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul será de xx% (xxxxxxxxxxx);
- b) pelo “desconto de agência” concedido pelos veículos de comunicação, sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociado pela licitante, será revertido em favor do SESCOOP/MS o equivalente a xx% (xxxxxxx) do valor da mídia;

4.2 Os pagamentos serão realizados na forma descrita no edital de licitação, do qual este instrumento é decorrente.

4.3 Os pagamentos ficarão condicionados à regularidade das CNDs referente ao INSS – Instituto Nacional da Seguridade Social, Tributos Federais e Certidão Negativa da Dívida Ativa da União, junto à Receita Federal e regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, junto à CEF – Caixa Econômica Federal, na forma da Lei;

4.4 São de responsabilidade da CONTRATADA, todos os tributos incidentes sobre o preço estipulado, ficando o CONTRATANTE autorizado em efetuar os descontos no caso de substituição tributária por decorrência legal.

4.4.1 Será efetuada retenção do percentual relativo ao INSS, ISS e Tributos Federais na fonte a cada apresentação da Nota Fiscal ou fatura de prestação de serviço com base na legislação em vigor.

4.5 O pagamento será efetuado através de crédito em conta corrente devidamente informada pela contratada

## **V – DOS DIREITOS E OBRIGAÇÕES**

Os direitos e obrigações do contrato estão estritamente limitados aos termos e condições do mesmo. A CONTRATADA não terá direito a quaisquer benefícios, pagamentos, subsídios ou compensações.

## **VI – DA EXTINÇÃO DO CONTRATO**

6.1 O presente contrato extinguir-se-á, normalmente, pelo cumprimento da prestação que libera a CONTRATADA e satisfaz o CONTRATANTE.

6.2 Dar-se a Resolução do contrato quando uma das partes, por comportamento culposo, não executar a sua parte.

6.2.1 Resolvendo-se o contrato por culpa da CONTRATADA, esta, além de responder pelos prejuízos decorrentes da inexecução deverá a título de cláusula penal pagar ao CONTRATANTE o equivalente a 10% da verba destinada a publicidade que ainda não houver sido paga a contratada.

6.3 Ocorrerá a Resilição do contrato quando houver manifestação de vontade das partes para que o mesmo se extinga, sem que tenha ocorrido o inadimplemento contratual.

**VII – DISPOSIÇÕES GERAIS**

7.1 Fica eleito o foro da cidade de Campo Grande (MS), para dirimir as dúvidas oriundas do presente contrato, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

7.2 E, por estarem assim justos e contratados, assinam as partes o presente contrato de prestação de serviços, em 02 (duas) vias de igual teor, na presença das testemunhas infra-identificadas.

Campo Grande, MS de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

CELSO RAMOS REGIS  
Presidente SESCOOP/MS

DALVA AP. GARCIA CARAMALAC  
Superintendente SESCOOP/MS

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
Xxxxx XXXXXXXX XXXXXXXX

TESTEMUNHA

TESTEMUNHA

Nome:  
RG:  
CPF:

Nome:  
RG:  
CPF:

**Anexo 05**  
**LICITAÇÃO N.º 001/2016**  
**MODALIDADE CONCORRÊNCIA**  
**BRIEFING**

## **Campanha de Divulgação Institucional**

### **BRIEFING**

O Cooperativismo tem se consolidado como fonte de renda e inserção social a um universo cada vez maior de pessoas. As contribuições das cooperativas para o desenvolvimento socioeconômico ao redor do mundo são marcantes. Elas ajudam na redução da pobreza, na geração de trabalho e renda e na inclusão social. As cooperativas buscam viabilidade econômica sem abrir mão da responsabilidade social.

A união de pessoas com o intuito de buscar uma melhor solução para todos, além de ser mais viável e inteligente, é sustentável. O mundo está repleto de exemplos de pessoas organizadas nas mais diversas formas e em todas as atividades econômicas, que produzem mais, ganham mais, distribuem melhor as riquezas e acima de tudo, vivem mais e felizes.

Há mais de 100 anos o cooperativismo já pensa assim e vem mudando o mundo, envolvendo cerca de 1 bilhão de pessoas em mais de 90 países, empregando 350 milhões de pessoas.

O cooperativismo brasileiro vem crescendo ao longo dos anos e se fortalecendo perante as crises econômicas. Hoje são 6,5 mil cooperativas, com 12 milhões de cooperados e 350 empregos diretos.

#### **Cooperativismo**

##### **Conceito**

Cooperativismo é uma doutrina, um sistema, um movimento ou simplesmente uma atitude ou disposição que considera as Cooperativas como uma forma ideal de organização das atividades socioeconômicas da humanidade.

##### **Valores**

As cooperativas baseiam-se em valores de ajuda mútua e responsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade. Na tradição dos seus fundadores, os membros das cooperativas acreditam nos valores éticos da honestidade, transparência, responsabilidade social e preocupação pelo seu semelhante.

Entre os valores que norteiam o cooperativismo figura o processo democrático, seja para a tomada de decisões, seja na participação econômica dos membros. Outro é o valor de proporcionar educação, treinamento e informação para os associados.



Uma organização deve cooperar com a outra (intercooperação) e fortalecer o movimento, além de trabalhar pelo desenvolvimento sustentável da comunidade.

### **Princípios**

Os princípios cooperativos são as linhas orientadoras através das quais as cooperativas levam os seus valores à prática.

**Adesão voluntária e livre** - As cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a utilizar os seus serviços e assumir as responsabilidades como membros, sem discriminações de sexo, sociais, raciais, políticas e religiosas.

**Gestão democrática e livre** - As cooperativas são organizações democráticas, controladas pelos seus membros, que participam ativamente na formulação das suas políticas e na tomada de decisões. Os homens e as mulheres, eleitos como representantes dos demais membros, são responsáveis perante estes. Nas cooperativas de primeiro grau os membros têm igual direito de voto (um membro, um voto); as cooperativas de grau superior são também organizadas de maneira democrática.

**Participação econômica dos membros** - Todos contribuem igualmente para a formação do capital da cooperativa, o qual é controlado democraticamente. Se a cooperativa é bem administrada e obtém uma receita maior que as despesas, esses rendimentos serão divididos entre os sócios, proporcionalmente aos trabalhos de cada um.

**Autonomia e independência** - As cooperativas são organizações autônomas, de ajuda mútua, controladas pelos seus membros. Se firmarem acordos com outras organizações, incluindo instituições públicas, ou recorrerem a capital externo, devem fazê-lo em condições que assegurem o controle democrático pelos seus membros e mantenham a autonomia da cooperativa.

**Educação, formação e informação** - As cooperativas promovem a educação e a formação dos seus membros, dos representantes eleitos e dos trabalhadores, de forma que estes possam contribuir, eficazmente, para o desenvolvimento das suas cooperativas. Informam o público em geral, particularmente os jovens e os líderes de opinião, sobre a natureza e as vantagens da cooperação.

**Intercooperação** - As cooperativas servem de forma mais eficaz os seus membros e dão mais - força ao movimento cooperativo, trabalhando em conjunto, através das estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais.

**Interesse pela comunidade** - As cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades através de políticas aprovadas pelos membros.

### **Definição de Cooperativa**

Cooperativa é uma organização de, pelo menos, vinte pessoas físicas unidas pela cooperação e ajuda mútua, gerida de forma democrática e participativa, com objetivos econômicos e sociais comuns, cujos aspectos legais e doutrinários são distintos de outras sociedades. Fundamenta-se na economia solidária e se propõe a obter um desempenho econômico eficiente, através da qualidade e da confiabilidade dos serviços que presta aos próprios associados e aos usuários.

### Cenário externo

Mato Grosso do Sul experimenta um forte crescimento do setor, os dados confirmam a importância do cooperativismo na economia do Estado. O número de associados, por exemplo, cresce a cada dia e hoje já é cerca de 170 mil pessoas que acreditam na força do cooperativismo. Os empreendimentos cooperativos vêm se fortalecendo e obtendo extraordinário crescimento em faturamento, participação no mercado, enfim, um número cada vez maior de pessoas e comunidades usufrui dos produtos e serviços prestados e ofertados pelas cooperativas, promovendo o desenvolvimento sustentável das comunidades.

A geração de empregos também cresceu e hoje emprega aproximadamente 6 mil pessoas. Ao todos são 105 cooperativas que envolvem 25% da população de Mato Grosso do Sul em 76% dos municípios do Estado, com R\$ 956 milhões em Patrimônio Líquidos, com R\$ 3,1 bilhões em receitas e R\$ 3,7 Bilhões de ativo total.

Mato Grosso do Sul acompanha a tendência mundial de crescimento do cooperativismo, que se consolida cada vez mais como um dos pilares da economia estadual.

O cooperativismo atua em 13 ramos no Brasil, no MS os principais são: agropecuário, crédito, saúde, trabalho, transporte e infraestrutura.

#### Necessidade de Comunicação

O cooperativismo apesar de ter muitos adeptos pelo mundo, ainda não é tão conhecido na sociedade brasileira e por isso a necessidade de uma campanha institucional para difundi-lo.

Portanto, a comunicação com esse público, deve atender cada singularidade, já que o cooperativismo atua em diversos setores da economia.

Em vista disso, a comunicação deve acompanhar essa especificidade e, ainda, ser dinâmica, fluida e coerente entre as diferentes situações que vivem esses cooperados. Vale destacar que a maioria dos cooperados é da faixa etária entre os 35 e 60 anos, e atuam tanto no meio rural como urbano.

Mostrar a importância do papel que o SESCOOP/MS desenvolve junto às cooperativas sul-mato-grossenses, promovendo maior visibilidade e transparência de suas ações, e considerando que o cooperativismo é agente importantíssimo para o desenvolvimento econômico e social do Mato Grosso do Sul, a comunicação tem como objetivo mostrar que, por trás desse setor, existe uma entidade que trabalha na promoção do desenvolvimento do cooperativismo de forma integrada e sustentável, por meio de seus três eixos básicos de atuação, que são o Ensino de Formação Profissional, a Promoção Social e o Monitoramento das Cooperativas, sempre com respeito e submissão aos princípios cooperativistas. Baseado nestes três pilares, o SESCOOP/MS auxilia no fortalecimento e crescimento das cooperativas sul-mato-grossenses.

Valor da verba publicitária para este *briefing* é de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) e inclui criação, produção e veiculação.

#### SESCOOP/MS - Informações adicionais

O Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (SESCOOP) é integrante do Sistema Cooperativista Nacional. Foi criado pela Medida Provisória nº 1.715, de 3 de setembro de 1998, e suas reedições, regulamentado pelo Decreto nº 3.017, de 6 de abril de 1999.

#### Missão do Cooperativismo

Promover a cultura cooperativista e o aperfeiçoamento da gestão para o desenvolvimento das cooperativas brasileiras.

#### Visão do Cooperativismo

“Em 2025, o cooperativismo será reconhecido pela sociedade por sua competitividade, integridade e capacidade de promover a felicidade dos cooperados”.

#### Valores

- Fidelidade aos princípios e à doutrina cooperativistas;
- Desenvolvimento e valorização das pessoas;
- Respeito à diversidade;
- Compromisso com a inovação e resultados;
- Transparência e austeridade.

#### Objetivos

- Organizar, administrar e executar o ensino de formação profissional, a promoção social dos empregados de cooperativas, cooperados e de seus familiares, e o monitoramento das cooperativas em todo o território nacional;
- Operacionalizar o monitoramento, a supervisão, a auditoria e o controle em cooperativas;
- Assistir as sociedades cooperativas empregadoras na elaboração e execução de programas de treinamento e na realização de aprendizagem metódica e contínua;
- Estabelecer e difundir metodologias adequadas à formação profissional e promoção social do empregado de cooperativa, do dirigente de cooperativa, do cooperado e de seus familiares;
- Exercer a coordenação, supervisão e a realização de programas e de projetos de formação profissional e de gestão em cooperativas, para empregados, associados e seus familiares;
- Colaborar com o poder público em assuntos relacionados à formação profissional e à gestão cooperativista e outras atividades correlatas;
- Divulgar a doutrina e a filosofia cooperativistas como forma de desenvolvimento integral das pessoas;
- Promover e realizar estudos, pesquisas e projetos relacionados ao desenvolvimento humano, ao monitoramento e à promoção social, de acordo com os interesses das sociedades cooperativas e de seus integrantes.

**Anexo 06**  
**LICITAÇÃO N.º 001/2016**  
**MODALIDADE CONCORRÊNCIA**  
**PROPOSTA DE PREÇOS**

Ao

SESCOOP/MS – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de Mato Grosso do Sul.

**REF.: LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA n.º. 001/2016 – Contratação, sob demanda, de empresa especializada para a prestação de serviços profissionais de publicidade e propaganda, em todos os meios de comunicação, e de apoio às atividades de Comunicação e Marketing para o SESCOOP no Mato Grosso do Sul, estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição e controle de veiculação de planos, projetos, programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas, para produtos, serviços e eventos do SESCOOP/MS, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.**

**A empresa ....., CNPJ ....., com sede na Rua/Avenida.....n.º ....., Telefone....., Fax....., e-mail....., propõe a esta entidade a seguinte política de preços para os serviços descritos abaixo, conforme item 8.6. do edital.**

**PROPOSTA:**

- a) o desconto a ser concedido ao SESCOOP/MS, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul será de \_\_\_\_% (xxxxxxxxxx);
- b) pelo “desconto de agência” concedido pelos veículos de comunicação, sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociado pela licitante, será revertido em favor do SESCOOP/MS o equivalente a \_\_\_\_% (xxxxxxx) do valor da mídia;

Declaramos que nos preços apresentados já está inclusa toda e qualquer despesa, não cabendo ao SESCOOP/MS nenhum outro pagamento adicional.

Prazo de validade desta proposta: \_\_\_\_ dias (Mínimo 120 dias).

...../MS, ..... de ..... de 2016.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Representante Legal da Empresa e Nome legível  
Nome da Empresa:  
CNPJ:

**Anexo 07**  
**LICITAÇÃO N.º 001/2016**  
**MODALIDADE CONCORRÊNCIA**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**SUBCOMISSÃO QUE JULGARÁ AS PROPOSTAS TÉCNICAS**

- 1) GABRIELA MIGUEL BORSARI HENRIQUE
- 2) RAFAEL NUNES DE OLIVEIRA
- 3) CARLA GAVILAN CARVALHO NANTES

**Anexo 08**  
**LICITAÇÃO N.º 001/2016**  
**MODALIDADE CONCORRÊNCIA**  
**PLANILHA DE PONTUAÇÃO**

**PLANILHA DE PONTUAÇÃO**

<b>Licitantes</b>	<b>Pontos</b>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

.....

<b>Classificação</b>	<b>Licitante</b>
1º	
2º	
3º	
4º	
5º	
6º	
7º	
8º	
9º	
10	

.....