



SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO NO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL – SESCOOP/MS

CONCORRÊNCIA Nº. 001/2016

A **Comissão de Licitação do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de Mato Grosso do Sul**, designada pela Portaria nº 003/2010, de 05 de julho de 2010, torna público que fará realizar Licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, do tipo “**Técnica e Preço**”, conforme descrito neste Edital e seus anexos e de acordo com a Resolução nº. 850/2012 e suas alterações posteriores.

O Edital deverá considerar também os termos da Lei nº 4.680, de 18.06.65, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda, do Decreto nº 57.690, de 01/02/66, que regulamenta a referida Lei, com alterações inseridas pelo Decreto n.º 4.563, de 31/12/2002.

ABERTURA DA PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA

LOCAL: Rua Ceará, 2245 Vila Célia, 79.022-390 – Campo Grande/MS

DIA: 25/04/2016, às 08h30

Caso no dia supracitado não houver expediente, a abertura da sessão referente a esta **Concorrência** realizar-se-á no primeiro dia útil de funcionamento do **SESCOOP/MS**, no mesmo horário previsto no dia anterior.

1. DO OBJETO

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; compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia), 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, conforme condições e especificações constantes deste Edital e seus anexos.

1.1.1. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os seguintes serviços:

a) Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens perante os seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e a sua concorrência.

b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação.

c) Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes.



- d) Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens em relação ao mercado e à concorrência.
- e) Planejamento e execução de pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas.
- f) Execução do Plano de Execução Publicitária, compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução e mídia).
- g) Planejamento e execução do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 2.1. A despesa com o objeto desta **Concorrência** está consignada no orçamento do SESCOOP/MS
**Centro: 2.3.02.01.001 – Campanhas e Publicidade - Conta: 3.1.02.02.02 e
3.1.02.02.05 (Materiais e Divulgação e Serv. Divulg. Institucionais).**

3. DA EXPECTATIVA DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

- 3.1. A execução dos serviços listados neste Edital, inclusive outros inerentes à atuação das agências de publicidade, constituirá mera expectativa da empresa a ser contratada, pelo motivo dos serviços serem sob demanda.

4. DAS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO

- 4.1. Poderão participar desta Concorrência quaisquer **Licitantes** que comprovem possuir os requisitos mínimos de qualificação exigidos no capítulo **DA HABILITAÇÃO**, e que tenha especificado, como objeto social da empresa, expresso no estatuto, regimento ou contrato social, atividade compatível com o objeto desta Concorrência.

Não poderão participar desta **Concorrência**:

- a) Consórcio de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição;
 - b) Empresas que estejam em litígio judicial com o SESCOOP – Unidade Nacional, Unidade Estaduais ou que tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com estes;
 - c) Empresas em processo de concurso de credores, cisão, fusão e incorporação;
 - d) Empresa estrangeira que não funcione no País.
- 4.2. Estarão impedidos de participar desta **Concorrência**, direta ou indiretamente, empresas que:
- a) Estejam sob decretação de falência, dissolução ou liquidação;
 - b) Tenham sido sancionadas com a pena de suspensão do direito de licitar ou contratar com o SESCOOP - Unidade Nacional e Unidades Estaduais, durante o prazo da sanção aplicada;
 - c) Tenham dirigentes, gerentes ou sócios com vínculo de parentesco em relação a dirigentes ou
 - d) empregados do SESCOOP e que este parentesco será para esses fins, considerados da seguinte forma:
 - e) em linha reta e colateral (também denominado transversal): até o 4º grau;



- f) por afinidade, nos termos do art. 1.595, §1º do Código Civil Brasileiro: limita-se aos descendentes e aos irmãos do cônjuge ou companheiro.
- g) d) Simultaneamente, sejam pessoa jurídica do mesmo grupo econômico, sociedades coligadas,
- h) controladoras, suas respectivas controladas.
- i) Tenham registro no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS.

4.3. Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma Licitante.

4.4. O não credenciamento do representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela Licitante, sem prejuízo do direito de oferecimento dos documentos de habilitação e proposta.

5. DO CREDENCIAMENTO

5.1. Para se manifestarem nas fases do procedimento licitatório, as participantes poderão credenciar um representante, por instrumento público de procuração ou por procuração particular, esta com reconhecimento de firma em cartório, dispensada a exigência quando presente o representante legal da mesma, assim comprovado mediante apresentação do ato constitutivo.

5.1.1. No caso de o representante da licitante (pessoa jurídica) ser um mero preposto, para efeito de credenciamento, esse deverá apresentar, além da procuração, e do seu documento de identificação pessoal, cópia do estatuto social ou documento similar, de modo a restar comprovado que a outorga de poderes lhe foi feita por pessoalmente devidamente legitimado(a).

5.2. O documento de que trata o subitem **5.1.** deverá constar do envelope E.

5.3. Fica assegurada às Licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos neste item, a indicação ou substituição do seu representante junto ao processo.

6. DA APRESENTAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, DA PROPOSTA E DA DOCUMENTAÇÃO.

6.1. Até o dia, horário e local fixado no preâmbulo deste Edital, cada Licitante deverá apresentar a Comissão de Licitação, o credenciamento, os documentos e as propostas, em envelopes separados, fechados e rubricados no fecho (com exceção do Envelope “A”), contendo em sua parte externa e frontal, em caracteres destacados, além da razão social da Licitante, os seguintes dizeres:

**PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA – VIA SEM
IDENTIFICAÇÃO (APÓCRIFA) – ENVELOPE “A”
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM
DO COOPERATIVISMO NO ESTADO DE MS – SESCOOP/MS
CONCORRÊNCIA Nº. 001/2016**

**PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA – VIA IDENTIFICADA–
ENVELOPE “B”
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM
DO COOPERATIVISMO NO ESTADO DE MS – SESCOOP/MS
CONCORRÊNCIA Nº. 001/2016**



**PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE
SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – ENVELOPE “C”
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM
DO COOPERATIVISMO NO ESTADO DE MS – SESCOOP/MS
CONCORRÊNCIA Nº. 001/2016**

**PROPOSTA DE PREÇOS – ENVELOPE “D”
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM
DO COOPERATIVISMO NO ESTADO DE MS – SESCOOP/MS
CONCORRÊNCIA Nº. 001/2016**

**DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO – ENVELOPE “E”
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM
DO COOPERATIVISMO NO ESTADO DE MS – SESCOOP/MS
CONCORRÊNCIA Nº. 001/2016**

Envelope “A”

6.2. No envelope “A” deverá estar acondicionado: **via Não Identificada (APÓCRIFA) do Plano de Comunicação Publicitária:** O envelope A será fornecido pelo SESCOOP/MS e **NÃO** poderá ter qualquer identificação externa aposta pela Licitante, sob pena de desclassificação.

6.2.1. O envelope deverá ser retirado pela interessada a partir da publicação deste Edital, junto à Comissão Permanente de Licitação (CPL), na sede do SESCOOP/MS localizada na Rua Ceará, nº 2245 em Campo Grande/MS, em horário comercial, mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato, e-mail.

6.2.2. Apenas o envelope “A” será fornecido pelo SESCOOP/MS, sendo que cada Licitante deverá providenciar os demais envelopes necessários para participar do certame.

6.2.3. O envelope “A” deverá ser entregue **SEM** lacre, sendo que este invólucro será lacrado pela Comissão de Licitação, durante a primeira sessão, conforme procedimentos formais.

6.2.4. O Plano de Comunicação Publicitária será composto por: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, sendo vedada a apresentação de qualquer tipo de identificação da Licitante, tanto no envelope (que será fornecido obrigatoriamente pelo SESCOOP/MS) como em todo o seu conteúdo.

6.2.5. Para preservar o sigilo das propostas apócrifas, não serão recebidos quaisquer envelopes encaminhados por via postal, nem documentos apresentados por meio de disco magnético ou cópias em fax, mesmo autenticadas, ou a entrega em local diferente do endereço indicado.

6.2.6. Não serão aceitos envelopes abertos ou sem a devida identificação, quando ela for exigida. A exceção à essa regra é a **PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA** (Envelope “A”), **que não deverá ser identificada**, cujo invólucro será fornecido pelo SESCOOP/MS e não poderá conter qualquer identificação da Licitante.



6.2.7. Havendo qualquer sinal de identificação no Envelope “A”, nenhum envelope daquela Licitante será recebido e a mesma ficará impedida de participar do certame, registrando-se em ata.

Envelope “B”

6.3. No envelope “B” deverá estar acondicionado: **via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária:** deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, contendo a seguinte identificação:

ENVELOPE “B”: PROPOSTA TÉCNICA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (Via Identificada)
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO NO
ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL – SESCOOP/MS
CONCORRÊNCIA Nº 001/2016
Informar Razão Social da Licitante

6.3.1. O envelope “B” Proposta técnica (identificada) deverá conter o mesmo conteúdo do envelope “A”, com a **identificação** da Licitante autora do Plano de Comunicação Publicitária, composto pelo Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, sem a inclusão das peças criadas.

Envelope “C”

6.4. ENVELOPE “C”: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS: deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, contendo a seguinte identificação:

ENVELOPE “C”: PROPOSTA TÉCNICA

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO NO
ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL – SESCOOP/MS
CONCORRÊNCIA Nº 001/2016
Informar Razão Social da Licitante

6.4.1. O envelope “C” “deverá conter as informações referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sendo vedada a aposição ao Envelope C, assim como aos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

6.5. ENVELOPE “D”: PROPOSTA DE PREÇOS: deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, contendo a seguinte identificação:

ENVELOPE “D”

PROPOSTA DE PREÇOS

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO NO
ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL – SESCOOP/MS
CONCORRÊNCIA Nº 001/2016
Informar Razão Social da Licitante



6.5.1. O envelope D deverá conter a proposta de preços da Licitante, com declaração de proposta de remuneração pelos serviços prestados, bem como declaração de que não será repassado ao SESCOOP o pagamento de tributos ou outros encargos e declaração sobre como tratará direitos autorais e patrimoniais pertinentes à execução do contrato.

6.6. ENVELOPE “E”: HABILITAÇÃO: deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, contendo a seguinte identificação:

ENVELOPE “E”: DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO NO
ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL – SESCOOP/MS
CONCORRÊNCIA Nº 001/2016
Razão Social da Licitante

6.6.1. O envelope E deverá conter os documentos relativos à Habilitação Jurídica, Qualificação Técnica, Qualificação Econômico-Financeira e Regularidade Fiscal, conforme dispõe o Artigo 12 do Regulamento de Licitações e de Contratos do SESCOOP.

6.7. Todas as folhas dos envelopes A, B, C, D e E deverão ser entregues em ordem sequencial, com numeração de página. A numeração de páginas do Envelope “A” (Proposta Apócrifa) não poderá ser manuscrita, sob pena de aposição de elemento capaz de identificar a licitante. Tal medida visa salvaguardar os interesses dos participantes quanto ao aspecto de segurança e transparência do processo licitatório. O não atendimento ao solicitado implicará na perda do direito a futuras reclamações quanto a um eventual extravio de documentos durante a tramitação do processo.

7. DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. A proposta técnica será apresentada em três invólucros distintos, representados pelos envelopes A, B e C, respectivamente: a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária e a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. A Proposta Técnica consistirá de um conjunto de textos e anexos, conforme detalhamento a seguir:

7.2. Especificações gerais sobre o formato

7.2.1. Todos os conteúdos dos três envelopes referentes à proposta técnica deverão, obrigatoriamente, ser apresentados em fonte Arial, corpo 12, na cor preta, com alinhamento justificado, espaçamento entre as linhas de 1,5, espaçamento entre parágrafos de 6 pontos (antes e depois), encadernação em espiral na cor preta, capa transparente e contracapa na cor preta, formato em papel A4, margens da página em configuração normal, com as medidas: Superior: 2,5 cm / Inferior: 2,5 cm / Esquerda: 3 cm / Direita: 3 cm e numeração centralizada na parte inferior. A numeração de páginas do Envelope “A” (Proposta Apócrifa) não poderá ser manuscrita, sob pena de aposição de elemento capaz de identificar a licitante.

7.2.2. Para o Plano de Comunicação Publicitária, constante nos Envelopes A e B, os textos, no total de cada invólucro, não poderão exceder a 12 (doze) laudas com, no máximo, 30 (trinta) linhas cada uma. Neste limite não serão contabilizadas as peças da ideia criativa.



7.2.3. Para a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, constante no Envelope C, o caderno de textos e documentos não poderá exceder 100 (cem) laudas com no máximo 30 (trinta) linhas cada uma.

7.2.4. Qualquer informação que extrapole a quantidade de linhas ou de laudas será desconsiderada.

7.3. Especificações Gerais sobre o Plano de Comunicação Publicitária

7.3.1. A empresa, por meio do seu representante legal devidamente credenciado, deverá retirar junto à Comissão de Licitação, no prazo de até 03 (três) dias úteis anteriores a data da realização do certame, no local indicado neste Edital, o envelope padronizado destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

7.3.2. A empresa participante deverá inserir nos envelopes A e B o caderno de textos e os anexos pertinentes.

7.3.3. Para efeito de avaliação nesta fase, as empresas deverão apresentar uma campanha publicitária simulada levando em consideração o *briefing* (Anexo 1), documento que complementarizará o edital.

7.4. Especificações da Proposta Técnica Apócrifa (ENVELOPE A)

7.4.1. O envelope destinado à PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – Via **Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária** será padronizado e fornecido previamente pelo SESCOOP/MS.

7.4.2. Proposta Técnica Apócrifa deverá ser apresentada **sem a identificação da empresa proponente**. Portanto, é vedada a aposição, neste Envelope e em todo o seu conteúdo, de qualquer identificação, marca, sinal ou outro tipo de elemento que possibilite identificar a Licitante, inclusive etiquetas e lacres, **sob pena de desclassificação**. A numeração de páginas do Envelope “A” (Proposta Apócrifa) não poderá ser manuscrita, sob pena de aposição de elemento capaz de identificar a licitante.

7.4.3. O Envelope “A” – “**PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA**” deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, composto por: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, acompanhados dos anexos solicitados.

7.5. O Plano de Comunicação Publicitária versará sobre os seguintes quesitos:

7.5.1 **RACIOCÍNIO BÁSICO**: sob a forma de texto, o Licitante deverá apresentar um diagnóstico das necessidades de comunicação social publicitária do SESCOOP/MS, evidenciando a sua compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

7.5.2. **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) Explicação 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) Explicação 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.

7.5.3. **IDEIA CRIATIVA:** A Licitante deverá apresentar, exclusivamente sob a forma de peças publicitárias, a sua resposta criativa aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação social publicitária.

- a) As peças de Ideia Criativa a serem apresentadas serão limitadas a 10 (dez), incluindo *storyboard*, sendo vedada a apresentação de “monstros” (áudio e vídeo).
- b) As impressões das peças apresentadas no item Ideia Criativa deverão ser afixadas sobre papel cartão resistente na cor preta (gramatura a partir de 200 g/m²). O tamanho das impressões e das pranchas em papel cartão poderá ser escolhido pelas agências, desde que caibam no envelope padrão, formato A2 (42 x 59 cm), a ser disponibilizado pelo SESCOOP, sem danificar o invólucro nem as peças.
- c) É vedada, para este item, a apresentação de texto que explique a ideia criativa, suas peças, ou defenda as escolhas da agência. O proponente deve apenas apresentar uma lista simples com o nome e/ou mídia sugerida das peças apresentadas. A apresentação de texto explicativo, neste quesito, significará a desclassificação da empresa Licitante.

7.5.4. **ESTRATÉGIA DE MÍDIA:** sob a forma de texto, tabelas, gráficos e/ou planilhas, o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas de mídia recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação social publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada neste Edital. A Licitante apresentará também simulação de plano de distribuição, no qual identificará todas as peças e ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição. Todas as peças e material que integrem a relação prevista na Ideia Criativa deverão constar dessa simulação, contendo um resumo geral com informações no mínimo sobre:

- 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;

Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) Deve ser “desconsiderado” o repasse de desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

A Licitante deverá apresentar os seguintes anexos do Plano de Comunicação Publicitária, os quais não serão contabilizados no total de páginas da proposta:

- l) Quadro resumo da distribuição da verba disponível na rubrica de estudo e pesquisa, criação, produção e veiculação, com identificação das peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação;



II) Planilhas com simulação de Pedido de Inserção que corporifiquem a estratégia de mídia apresentada.

7.5.6. Quando da elaboração da simulação do plano de mídia, bem como em qualquer outro custo apresentado na proposta técnica, a Licitante deverá utilizar os valores cheios, sem desconto, das tabelas adequadas ao serviço, em questão, sem considerar os percentuais que serão ofertados nas respectivas propostas de preço.

7.6. Especificações da Proposta Técnica Identificada (ENVELOPE B)

7.6.1. A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à IDEIA CRIATIVA, mas com a identificação da Licitante.

7.7. Especificações da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (ENVELOPE C)

7.7.1. O Envelope “C” – **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS** deverá conter as informações referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

7.7.2. O julgamento do envelope C será feito pela mesma Subcomissão Técnica que julgará o conteúdo do envelope B. Assim, é vedada a aposição no (Envelope “C”) e em todos os documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária não identificado (Envelope “A”), em qualquer momento anterior à abertura do invólucro da via identificada (Envelope “B”).

A) Sobre a Capacidade de Atendimento:

Sob a forma de texto, a Capacidade de Atendimento indicará:

- 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, planejamento, criação, para rádio rádio e TV, 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.

a.1) Apresentação de 01 (um) atestado fornecido por cliente atendido pela agência, necessariamente pessoa de direito público ou privado, comprovando ter a Licitante prestado, no



mínimo, serviços de criação, execução de campanhas e peças publicitárias, atestando ainda a pontualidade no atendimento às obrigações por ela assumidas.

B) Sobre o Repertório:

b.1) Sob a forma de peças publicitárias, limitadas a 10 (dez), o **Repertório** deverá ter a apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/distribuídos/exibidos/expostos pela licitante.

b.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.

b.3) As peças eletrônicas/digitais deverão ser fornecidas em DVD ou CD;

b.4) Se a Licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida nas especificações da proposta técnica, sua pontuação, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas;

b.5) A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no item sobre o Julgamento da proposta técnica.

b.6) As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo SESCOOP/MS.

b.7) Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

C) Sobre o Relato de Soluções:

c.1) Sob a forma de texto e de peças, cada Licitante deverá apresentar no Envelope de **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**:

1. 1 (um) caso de sucesso da agência em planejamento publicitário, onde se compreenda o problema enfrentado, as soluções encontradas, a efetiva ação implementada e os resultados alcançados, demonstrando ainda conhecimento sobre o mercado atendido;
2. O relato deverá ser apresentado em até 3 (três) páginas de texto, em formato já especificado neste Edital;
3. O “case” deverá ser endossado pelos respectivos anunciantes, com firma reconhecida, sendo necessário evidenciar o nome empresarial, o signatário e seu cargo ou função;
4. É vedada a apresentação de relato referente a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo SESCOOP/MS.



c.2.) Anexos do Relato:

1. Na forma de anexos, que não serão contabilizados na quantidade de páginas especificada para esse item, devem ser apresentadas as peças publicitárias objeto do relato, sendo permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas as peças eletrônicas/digitais deverão ser fornecidas em DVD ou CD.
2. Tais peças devem estar acompanhadas da respectiva ficha técnica contendo título, data de produção, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo e o período de inserção.
3. A apresentação de textos ou peças fora das especificações indicadas ou a não apresentação de qualquer dos itens solicitados configura descumprimento do certame, ficando a Licitante sujeita a penalidades cabíveis.
4. Na elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, para efeito de avaliação a Licitante deverá apresentar uma campanha simulada sobre tema do **briefing**, com verba hipotética de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) e período de duração de 60 (sessenta) dias, compreendendo os meses de junho e julho de 2015.
5. O **briefing** que descreve informações necessárias para elaboração do Plano de Comunicação Publicitária está no **Anexo I** deste Edital.

8. DOS PROCEDIMENTOS DA LICITAÇÃO

- 8.1.** Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos no Edital, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das Licitantes presentes.
- 8.2.** A participação de representante de qualquer Licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil.
- 8.3.** Os representantes das Licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.
- 8.4.** A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderão, no interesse do Sescop/MS relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas Licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.
- 8.5.** Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preço.
- 8.6.** O julgamento das Propostas Técnica e de Preço e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital.
- 8.7.** Antes do aviso oficial do resultado da concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.



8.8. Qualquer tentativa de Licitante de influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

8.9. A Comissão Permanente de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

8.10. Se os envelopes das Licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento da concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, o SESCOOP providenciará sua destruição.

1) Primeira Sessão

A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local estabelecidos no Preâmbulo do Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- Identificar os representantes das Licitantes, por meio do documento exigido e colher suas assinaturas na lista de presença;
- Receber os envelopes **A, B, C, D e E** de cada empresa participante;
- Conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições do edital.
- Reservar o envelope sem identificação em local separado, onde serão recepcionados todos os envelopes sem identificação das empresas participantes.

O **Envelope A**, com a **via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária**, só será recebido pela Comissão de Licitação se o invólucro e o seu conteúdo:

- a. Não estiverem identificados;
- b. Não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da Licitante antes da abertura do Envelope B;
- c. Não estiverem danificados ou deformados pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da Licitante antes da abertura do Envelope B.
- d. Não estiver fechado e rubricado no seu fecho. A primeira sessão prosseguirá com a

seguinte pauta básica:

- Rubricar, no fecho dos Envelopes **B, D, e E** (sem abri-los), mantendo-os fechados, sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separados dos invólucros **A e C**;
- Trazer do local separado os Envelopes A, abrir cada um, retirar e rubricar o seu conteúdo;
- Trazer do local separado os Envelopes C, abrir cada um, retirar e rubricar o seu conteúdo;
- Colocar à disposição dos representantes das Licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Envelopes A e C;



- Lacrar os Envelopes A e C, assinando nos respectivos lacres e reservando-os em grupos separados;
- Informar que as Licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

A Comissão Permanente de Licitação adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das Licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

Se, ao examinar ou ao rubricar os conteúdos dos Envelopes A e C, a Comissão Permanente de Licitação e ou os representantes das Licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a Licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes A nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária. (ver com Sérgio).

Abertos os Envelopes A e C, as Licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

Se as Licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no Edital.

Se houver manifestação expressa de qualquer Licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado, abrindo o prazo para a interposição de recursos.

Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

- Encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes “A” de todas as Licitantes, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- Análise e julgamento consensual, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados no Edital;
- Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações deliberadas em consenso pelos membros da Subcomissão;
- Encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes “C”, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;



- Análise e julgamento consensual, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados no Edital;
- Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações deliberadas em consenso pelos membros da Subcomissão.

Se alguma Proposta Técnica for desclassificada, com base em alguma regra prevista no Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas no Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase. Essa regra não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas no Edital resulte na identificação da Licitante antes da abertura do Envelope B.

As planilhas com as pontuações deliberadas em consenso 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.

O julgamento das propostas técnicas será realizado exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório e, uma vez que o julgamento da Subcomissão Técnica será realizado com base nesses critérios, as notas atribuídas não serão justificadas.

A Subcomissão Técnica observará e reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito. Após a reavaliação, a pontuação original poderá ser mantida ou alterada, em função do entendimento consensual da Subcomissão com base nos critérios do edital. As planilhas com as pontuações deliberadas em consenso pelos membros da Subcomissão já deverão conter as pontuações finais, levando em consideração a reavaliação.

Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Envelopes A e C), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as Licitantes, para participar da segunda sessão pública.

2) Segunda Sessão

A segunda sessão pública terá a seguinte pauta básica:

- Identificar os representantes das Licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- Abrir os Envelopes B de todas as Licitantes;
- Cotejar as vias não identificadas (Envelope A) com as vias identificadas (Envelope B) do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;



- Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada proposta técnica;
- Proclamar o resultado do julgamento geral da proposta técnica;
- Informar que o resultado do julgamento geral das propostas técnicas será publicado no endereço eletrônico do SESCOOP/MS: <http://www.ocbms.org.br/licitacao-concorrencial/>, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo prazo para interposição de recurso;
- Além das demais atribuições previstas, é responsabilidade da Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de Licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação, para responder a questionamentos de ordem técnica.

3) Terceira Sessão

Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as Licitantes, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- Identificar os representantes das Licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- Abrir os Envelopes D, com a proposta de preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da comissão permanente de licitação e pelos representantes das Licitantes presentes ou por representante por eles indicado.
- Colocar à disposição dos representantes das Licitantes, para exame e rubrica, os documentos integrantes dos Envelopes D;
- Analisar o cumprimento, pelas Licitantes, das exigências do Edital para a elaboração das propostas de preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- Identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das Licitantes presentes, de acordo com as disposições constantes neste Edital.
- Declarar vencedor do julgamento final das propostas técnica e de preço de acordo com as disposições constantes no Edital.
- Informar que o resultado do julgamento da proposta de preço e do julgamento final das propostas será publicado no endereço eletrônico do SESCOOP/MS: <http://www.ocbms.org.br/licitacao-concorrencial/>, abrindo prazo para interposição de recurso.



4) Quarta Sessão

Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as Licitantes, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- Identificar os representantes das Licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- Abrir os Envelopes E, cujos documentos serão rubricados pelos membros da comissão permanente de Licitação e pelos representantes das Licitantes presentes ou por representante por eles indicado;
- Analisar a conformidade dos documentos de habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- Colocar à disposição dos representantes das Licitantes, para exame e rubrica, os documentos integrantes dos Envelopes E;

Informar:

- O resultado da habilitação na sessão ou suspender a sessão para análise dos documentos;
- Que o resultado da habilitação será publicado com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no regulamento de licitações e de contratos do SESCOOP;
- Que será publicado no endereço eletrônico do SESCOOP/MS: <http://www.ocbms.org.br/licitacao-concorrencia/> o nome da Licitante vencedora da concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

9. DA HABILITAÇÃO

9.1. Para **habilitação** nesta licitação serão exigidos os documentos abaixo listados, que deverão estar contidos no **ENVELOPE 01**:

- a) Ato constitutivo, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais. No caso de sociedade por ações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores.

a.1) Os documentos em apreço deverão estar acompanhados de todas as alterações, ou de documento consolidado;



- a.2) Encaminhar a comprovação do Responsável Legal da empresa, caso o mesmo tenha sido nomeado em ato separado mediante Termo de Posse que o investiu no cargo;
- a.3) Se, em razão do credenciamento, o ato constitutivo já tiver sido apresentado, poderá ser aceito/aproveitado para fins de habilitação, desde que atenda às exigências consignadas para tal finalidade, quais sejam, estar autenticado, conter todas as alterações (ou consolidação) e estar registrado no órgão competente.
- b) Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ.
- c) Certificado de regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) – CRF, emitida pela Caixa Econômica Federal – CEF.
- d) Prova de regularidade perante a Fazenda Federal e Seguridade Social ou certidão unificada com base na Portaria Conjunta RFB/PGFN Nº 1.751/14.
- e) Certidão de quitação para com a Fazenda Estadual, Municipal ou do Distrito Federal, do domicílio ou sede do Licitante, na forma da lei:
- f) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal ou do Governo do Distrito Federal – GDF (se for o caso), se houver, relativo ao domicílio ou sede do Licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.
- g) Atestado(s) de Capacidade Técnica, fornecido(s) por pessoa jurídica de direito, relativos às atividades de publicidade e propaganda, atestando a aptidão da Licitante para desempenho da atividade pertinente compatível em características com o objeto da licitação e para o desempenho dos respectivos serviços;
- g.1) o atestado deverá conter a identificação do signatário e ser apresentado em papel timbrado do declarante.
- g.2) o endereço completo, CNPJ do emitente do atestado e a descrição do fornecimento.
- g.3) a identificação do responsável pela emissão do atestado com nome, função e telefone para solicitação de informações adicionais de interesse do SESCOOP/MS.
- h) Atestado(s) de Capacidade Técnica fornecido(s) por veículo(s) de comunicação de âmbito nacional ou estadual, dando conta do fiel cumprimento, por parte da Licitante, dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes.
- h.1) o atestado deverá conter a identificação do signatário e ser apresentado em papel timbrado do declarante.
- h.2) o endereço completo, CNPJ do emitente do atestado e a descrição do fornecimento.
- h.3) a identificação do responsável pela emissão do atestado com nome, função e telefone para solicitação de informações adicionais de interesse da Unidade Nacional do SESCOOP.



- i) Declaração da Licitante de que não possui, em seu quadro de pessoal, empregado(s) com menos de 18 (dezoito) anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e, de 16 (dezesesseis) anos de idade, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal de 1988, conforme Anexo IV deste Edital.
- j) O proponente deve declarar, sob as penalidades legais cabíveis, que inexistem fatos impeditivos para sua participação neste certame licitatório e que na ocorrência de fatos impeditivos supervenientes estará obrigado a declará-los, conforme modelo no Anexo III deste Edital.
- k) Certidão negativa de falência ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, insolvência civil ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física, em se tratando de firma individual, **com data de emissão de até 90 (noventa) dias, quando esta não tiver prazo de validade estabelecido pelo órgão competente expedidor.**

OBSERVAÇÕES:

- a. Os documentos apresentados nas fases de credenciamento e habilitação deverão ser apresentados, preferencialmente, em cópias autenticadas em cartório ou, se for o caso, por junta comercial.
 - a1 Poderão ser apresentadas, no credenciamento e na fase de habilitação, cópias simples, acompanhadas dos documentos originais, para conferência pelo Pregoeiro ou por membro da Comissão de Licitação;
 - a2 Todas as cópias apresentadas, sejam elas autenticadas ou simples, deverão estar em perfeitas condições de legibilidade e entendimento.
- b. Todos os documentos apresentados ficarão anexados ao processo, sendo vedada a sua retirada ou substituição.
- c. Os documentos e/ou certidões comprobatórios de regularidade ou de inexistência de débito deverão mencionar prazo de validade, neles consignados, e na falta desta informação, terão validade presumida de 30 (trinta) dias, contados da data de sua emissão.
- l) Relação de clientes regulares, de âmbito nacional, estadual e/ou local, com indicação da data do período do atendimento, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços a cargo da agência.
- m) Registro ou inscrição na entidade profissional competente.
- n) Da qualificação econômico-financeira:
 - n.1) Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados, na forma da lei, os quais demonstrem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios. O Balanço será avaliado, por meio de obtenção dos índices de Liquidez



Geral (**LG**), de Solvência Geral (**SG**) e de Liquidez Corrente (**LC**), maiores que um (>1), resultantes da aplicação das fórmulas:

$$\text{LG} = \frac{(\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo Não Circulante})^{1*}}{(\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante})}$$

$$\text{SG} = \frac{\text{Ativo Total}^{2*}}{(\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante})}$$

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

^{1*}- **Ativo Realizável a Longo Prazo.**

^{2*}- **Ativo Realizável a Longo Prazo + Investimento + Imobilizado + Intangível.**

n.2) A Licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um) em qualquer dos índices relativos à situação financeira (LG – Liquidez Geral; LC – Liquidez Corrente e SG – Solvência Geral), deverá comprovar possuir patrimônio líquido ou capital social integralizado não inferior a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, calculado por meio da fórmula abaixo:

Patrimônio Líquido = Ativo Total – Passivo Total (Passivo Circulante + Passivo **Não** Circulante).

n.3) A Licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar balancetes contábeis devidamente assinados por contador habilitado junto ao CRC e pelo sócio/administrador da empresa, envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, avaliados por meio da obtenção de Índice de Solvência (S) maior ou igual a um (≥ 1), conforme fórmula abaixo:

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

n.4) Os índices de que tratam as alíneas “n.1”, “n.2” e “n.3” deste item serão calculados pela Licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

9.2. Os documentos necessários ao credenciamento e a habilitação poderão ser apresentados em original, cópia autenticada por tabelião de notas, ou, por membro da Comissão de Licitação, mediante apresentação do documento original ou publicação em órgão da imprensa oficial. Somente serão aceitos para confronto os documentos originais, e estes, e as cópias deverão estar em perfeitas condições de legibilidade e entendimento.



9.2.1. Os documentos emitidos *via internet*, por órgãos ou entidades públicas e suas cópias reprográficas dispensam a necessidade de autenticações e, em caso de não apresentação ou insuficiência das informações constantes no documento apresentado, os mesmos poderão ser obtidos *via internet* durante a sessão. O **SESCOOP/MS** não se responsabilizará pela eventual indisponibilidade dos meios eletrônicos de informações, no momento da verificação da habilitação.

9.3. Todos os documentos apresentados ficarão anexados a esta **Concorrência**, passando a fazer parte integrante do processo, vedada a sua retirada ou substituição.

9.4. Os documentos e/ou certidões comprobatórios de regularidade ou de inexistência de débito deverão mencionar prazo de validade, neles consignados, e na falta desta informação, terão validade presumida de 30 (trinta) dias, contados da data de sua emissão.

9.5. Todos os documentos deverão ser emitidos em favor do domicílio ou sede da Licitante, à exceção daqueles referentes à comprovação de capacitação técnica.

9.6. A não apresentação de qualquer documento relacionado ou a sua apresentação em desacordo com as condições estabelecidas no capítulo **DA HABILITAÇÃO** desta **Concorrência**, implicará a automática **inabilitação da Licitante**.

10 EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES

10.1. A execução dos serviços será realizada mediante acompanhamento e supervisão da Gerência de Operações do SESCOOP/MS.

10.3. A empresa a ser CONTRATADA deverá indicar o seu profissional de atendimento em até 7 (sete) dias úteis após sua contratação, para atendimento às demandas da instituição.

10.4. O SESCOOP/MS poderá solicitar a substituição de qualquer profissional da equipe técnica da CONTRATADA sem ônus para a instituição, caso entenda que o profissional não esteja desempenhando adequadamente seu papel. Nesse caso, a empresa a ser CONTRATADA terá até 15 (quinze) dias para disponibilizar um novo profissional de experiência equivalente ou superior.

10.5. Como regra de comprovação de pesquisa de preço, no ramo do fornecimento pretendido, para os serviços que não sejam de natureza interna à agência e que forem realizados com intermediação da empresa contratada, sob autorização e supervisão do SESCOOP/MS, para fins de execução da comunicação publicitária da entidade, a agência deverá apresentar no mínimo 3 (três) orçamentos obtidos entre empresas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. Os orçamentos deverão estar em conformidade com os padrões recomendados pelo SESCOOP/MS.

10.6. A exigência acima não se aplica aos serviços de mídia. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao SESCOOP/MS para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação.

10.7. A agência contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do SESCOOP/MS, se tiver sido expressamente autorizada para tal.

11. DA PROPOSTA DE PREÇOS



11.1. A proposta de preço contida no **ENVELOPE D** deverá ser apresentada na forma e requisitos indicados nos subitens a seguir:

11.1.1. de preferência, emitida por computador, em papel timbrado da Licitante, redigida com clareza e na língua portuguesa, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, devidamente datada e assinada, como também rubricadas todas as suas folhas, preferencialmente em 01 (uma) via.

11.1.1.1. apresentar procuração que habilite o representante (procurador) a assinar documentos da empresa, se for o caso.

11.1.2 Fazer menção ao número desta **Concorrência** e conter a razão social da **Licitante**, o nº. do CNPJ, número(s) de telefone(s) e de *fac-símile* e *e-mail*, se houver, e o respectivo endereço com CEP, podendo fazer referência ao banco, a agência e respectivos códigos e o número da conta para efeito de emissão do pedido de fornecimento e posterior pagamento.

11.2. Diante do exposto, a **Proposta de Preços (Envelope D)** deverá conter a declaração de proposta de remuneração pelos serviços prestados, conforme o modelo a seguir:

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) Declaração que não será repassado ao SESCOOP/MS o pagamento de tributos e outros encargos.

c) Declaração de que tratará da questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

- A cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias incluídos os estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.
- O compromisso de que:
 - Em todas as contratações que envolvem direitos autorais de terceiros, a agência se responsabilizará por solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado 02 (dois) tipos de orçamentos para execução do serviço, sendo: um de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o contratante escolha uma das opções.
 - Nos casos de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado, a Agência utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão, de cuja negociação participará ao SESCOOP/MS, inclusive no que diz respeito à reutilização de peças publicitárias.

d) Deverá assumir também o compromisso de que, quando o SESCOOP/MS optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais da obra artística, fará constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:



- Explícitem a cessão total e definitiva por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilhas sonoras, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.
- Estabeleçam que o SESCOOP/MS possa, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente, com ou sem modificações, após o término do contrato ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
- Considerem como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

e) A Licitante deverá assegurar ainda que:

- Negociará sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, para os direitos de imagem de som e de voz profissionais do setor artísticos e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pelo SESCOOP/MS.
- Fará constar, em destaque, todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.
- Garantirá a transferência ao SESCOOP/MS de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

f) A proposta de preços deverá permanecer válida e em condições de aceitação por um período mínimo de 60 (sessenta) dias contados da data de sua abertura, e a ausência deste prazo na proposta(s) implica em concordância tácita. Findo este prazo, ficam os Licitantes liberados dos compromissos assumidos.

11.3. Nos preços cotados deverão estar inclusas todas as despesas diretas e indiretas, tais como: impostos (federais, estaduais e/ou municipais), taxas, salários, seguros, fretes, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários e de ordem de classe, passagens, hospedagens, alimentação, indenizações civis e seguros de acidente de trabalho, enfim, todas as despesas e materiais necessários a atender o objeto desta **Concorrência**, bem assim deduzidos quaisquer descontos que venham a ser concedidos.

11.4 A cotação de preço apresentada e levada em consideração para efeito de julgamento será de exclusiva e total responsabilidade da **Licitante**, não lhe cabendo o direito de pleitear qualquer alteração, seja para mais ou para menos.

11.5. Só será aceita cotação em moeda nacional, ou seja, em Real (R\$), em algarismo, com aproximação de até duas casas decimais, e por extenso, prevalecendo este último em caso de divergência.

11.6. A **Comissão de Licitação** reserva-se o direito de verificar, sempre que julgar necessário, se os preços praticados pela Licitante vencedora estão compatíveis com os de mercado.

11.7. Em nenhuma hipótese poderá ser alterado o conteúdo da proposta apresentada, seja com relação a preço, pagamento, prazo ou qualquer condição que importe a modificação dos seus termos



originais, ressalvadas apenas aquelas destinadas a sanar evidentes erros materiais, alterações essas que serão avaliadas pela **Comissão de Licitação**.

11.7.1. serão corrigidos automaticamente pela **Comissão de Licitação** quaisquer erros de soma e/ou multiplicação, bem ainda, as divergências que porventura ocorrerem entre o preço unitário e o total do item, quando prevalecerá sempre o primeiro;

11.7.2. a falta de data e/ou rubrica da proposta somente poderá ser suprida pelo representante legal;

11.7.3. a falta do CNPJ e do endereço completo poderá, também, ser preenchida com os dados constantes dos documentos apresentados dentro do **ENVELOPE E – DOCUMENTAÇÃO**.

12. DO RECEBIMENTO DO “CREDENCIAMENTO”, DOS “DOCUMENTOS” E DA “PROPOSTA”

12.1. Não serão aceitos pela Comissão de Licitação quaisquer documentos ou envelopes que sejam encaminhados por fax ou que cheguem após o horário estabelecido DA CONVOCAÇÃO, para o seu recebimento.

12.2. A Comissão de Licitação receberá o “CREDENCIAMENTO”, e os envelopes “PROPOSTA TÉCNICA (Apócrifa e Identificada), CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS; PROPOSTA DE PREÇOS” e a “DOCUMENTAÇÃO”, chamando à mesa o representante legal para apresentação do seu documento de identidade.

12.3. Os envelopes “A” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA - “B” PROPOSTA TÉCNICA IDENTIFICADA - “C” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIOS E RELATOS e “D” - PROPOSTA DE PREÇO e “E” - HABILITAÇÃO serão rubricados pela Comissão de Licitação e pelos representantes das Licitantes ou comissão por eles nomeada e permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Licitação.

12.4. Caso se constate qualquer tipo de informação, marca ou sinal no material que compõe a via apócrifa do Plano de Comunicação Publicitária que permita a identificação de sua autoria, independente da fase do processo, a Licitante será automaticamente desclassificada no certame e ficará impedida de participar das fases posteriores.

12.5. A análise dos documentos constantes dos Envelopes “A” - “PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA” e “C” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS será realizada pela Subcomissão Técnica.

12.6. Após o término do julgamento do conteúdo dos Envelopes “A” - “PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA”, e “C” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS será divulgada por meio de correspondência postada no endereço eletrônico <http://www.ocbms.org.br/licitacao-concorrenca/>, o dia, hora e local de realização da sessão pública de abertura do conteúdo do Envelope “B” – Proposta Técnica Identificada.

12.7. A sessão pública de abertura do conteúdo do Envelope “B” – Proposta Técnica Identificada tem a finalidade de confrontar a via sem identificação, constante do Envelope A - Proposta Técnica Apócrifa, com a via identificada, mantida em sigilo, constante do Envelope “B” – Proposta Técnica Identificada.



12.8. Nessa sessão serão processadas as notas técnicas dos Envelopes “A” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, e “C” - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS, correlacionando-as com a identificação da Licitante, consolidando as notas finais da Proposta Técnica.

12.9. Havendo renúncia expressa de todos os Licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado do julgamento da proposta técnica, a Comissão poderá realizar a seu exclusivo critério, a abertura dos Envelopes “D” - Proposta de Preços nessa mesma sessão, cujo conteúdo será rubricado pelos membros da Comissão e Licitantes presentes.

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

12.11. O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica implicará na desclassificação da Licitante.

12.12. Não serão consideradas quaisquer informações ou declarações apresentadas na proposta de preços que deveriam constar na proposta técnica.

12.13. As propostas de preços das Licitantes não classificadas na parte técnica permanecerão em poder da Comissão de Licitação até o final do prazo recursal de julgamento, quando então serão devolvidas. Caso os representantes das empresas não classificadas não estejam presentes, os envelopes permanecerão à disposição das Licitantes pelo período máximo de 10 (dez) dias úteis, contados do encerramento da licitação.

13. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

13.1. Para julgamento da licitação, baseada no critério de *técnica e preço*, a avaliação das propostas técnicas será feita por Subcomissão Técnica, composta por três técnicos de reconhecida competência na área, sendo um deles sem vínculo funcional com o SESCOOP/MS, nomeados por Portaria específica da presidência do SESCOOP, especialmente constituída para esse fim.

13.2. Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a proposta publicitária desenvolvida e os documentos da Licitante, sendo certo que receberá um máximo de 60 (sessenta) pontos, distribuídos entre os diversos quesitos de julgamento.

13.3. 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, de acordo com a escala abaixo, que considera quatro níveis de proficiência e suas descrições únicas sobre a expectativa da Subcomissão para cada nível da escala:

TABELA 1 – Escala de Pontuação

Níveis de Proficiência		Evidências quanto ao conteúdo apresentado	Escala de pontuação
NA	Não Atende	<ul style="list-style-type: none"> • Não atende ou atende minimamente aos critérios. • Apresenta qualidade abaixo do esperado. • O conceito não está claro, não está bem defendido ou sugere leitura desfavorável ao SESCOOP/MS. • Apresenta informações imprecisas ou inconsistentes. 	Até 30% da pontuação do critério
AP	Atende Parcialmente	<ul style="list-style-type: none"> • Atende parcialmente aos critérios do edital. • Atende com padrão de qualidade regular. • Limita-se a repetir informações do briefing. 	+ de 30% até 60% da pontuação do critério
AR	Atende com Ressalvas	<ul style="list-style-type: none"> • Atende aos critérios formais do edital com ressalvas. • Apresenta análise pouco além do briefing. • O conceito apresentado expande as qualidades positivas da marca SESCOOP/MS. • A estratégia é focada em resolver o problema de comunicação. • Apresenta evidências de inovação razoavelmente expressivas. 	+ 60% até 90% da pontuação do critério
EX	Atende com Excelência	<ul style="list-style-type: none"> • Atende plenamente aos critérios estabelecidos pelo Edital. • Atende ao objetivo do briefing, superando o padrão estabelecido. • Apresenta análise além das informações disponibilizadas pelo edital e seus anexos. • Apresenta proposta clara para enfrentar o problema de comunicação de forma simples e direta. • Estabelece inovação efetiva para atendimento ao problema da comunicação. • A estratégia apresentada é ousada e supera as expectativas. • Apresenta dados relevantes inerentes ao SESCOOP/MS e ao Cooperativismo Sul-Mato-Grossense. • Estabelece novos padrões de atuação e/ou desempenho. • Apresenta conceito inovador, que cria posição única e expande as qualidades positivas da marca SESCOOP/MS. • Atua decisivamente para resolver o problema de comunicação. 	+ 90% até 100% da pontuação do critério



13.4. Os membros da Subcomissão Técnica analisarão e julgarão os quesitos do Plano de Comunicação Publicitária, bem como os quesitos da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, com a prerrogativa de:

- Aplicar penalidade na pontuação de itens ou subitens de propostas que não atendam integralmente os critérios previstos no Edital.
- Desclassificar a proposta que:
 - Não atender a quaisquer exigências do edital e seus anexos.
 - Não alcançar, no resultado geral, a nota mínima de 35 (trinta e cinco) pontos.
 - Obter nota 0 (zero) na totalização de pontos de quaisquer subitens da Proposta Técnica.
 - Enquadrar em critério de desclassificação previsto no Edital.

13.5. A Subcomissão Técnica levará em consideração as seguintes orientações:

- A nota final de cada quesito corresponderá à nota de consenso dos membros da Subcomissão Técnica.
- A nota total de cada Licitante corresponderá ao somatório das notas dos quesitos de cada subitem de todos os itens da Proposta Técnica, a saber:
 - ✓ **Envelope A:** Plano de Comunicação – Via não identificada com a pontuação máxima de 45 pontos assim distribuídos:
 - Raciocínio Básico: máximo de 10 pontos
 - Estratégia de comunicação: máximo de 10 pontos
 - Ideia Criativa: máximo de 15 pontos
 - Estratégia de mídia: máximo de 10 pontos

A pontuação inerente ao conteúdo do envelope B de cada Licitante corresponderá exatamente à sua pontuação obtida na análise técnica da via apócrifa (Envelope A).

- ✓ **Envelope C:** Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos com a pontuação máxima de 15 pontos, sendo:
 - Capacidade de atendimento: máximo de 5 pontos
 - Repertório: máximo de 5 pontos
 - Relato de Soluções: máximo de 5 pontos
- A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados acima, completando o total de 60 (sessenta) pontos.

13.6. Para a avaliação das propostas técnicas, a Subcomissão Técnica utilizará a referência da Escala de Pontuação (indicada na Tabela 1) e adotará critérios objetivos de julgamento descritos nas Tabelas 2 e 3 a seguir, considerando para efeito de nota as seguintes pontuações máximas:

TABELA 2 - PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA RELATIVA AO Plano de Comunicação Publicitária				
PONTUAÇÃO MÁXIMA (Somatório dos Subitens 1 + 2 + 3 + 4): 45 (QUARENTA E CINCO) PONTOS				
SUBITEM 1: RACIOCÍNIO BÁSICO		Pontuação máxima de cada questo	Agência A	Agência N
QUESTOS AVALIADOS	a) Conhecimento da história e da natureza institucional do SESCOOP/MS, suas atividades, suas principais linhas de produtos e serviços, o contexto do cooperativismo, as instituições que representam o movimento no Mato Grosso do Sul e suas características mais significativas para a comunicação publicitária;	2,0		
	b) Acuidade de compreensão das informações descritas no briefing e inerentes ao papel do SESCOOP/MS no atual contexto social, político e econômico;	2,0		
	c) Compreensão da extensão, qualidade e formas do relacionamento do SESCOOP/MS com seus públicos;	2,0		
	d) Acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do SESCOOP/MS e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e das cooperativas sul-mato-grossenses.	4,0		
Pontuação obtida no subitem 1 RACIOCÍNIO BÁSICO		10		

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 10 (DEZ) PONTOS

SUBITEM 2: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO		Pontuação máxima de cada questo	Agência A	Agência N
QUESTOS AVALIADOS	a) A adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do SESCOOPMS o seu problema específico de comunicação;	2,0		
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;	2,0		
	c) A riqueza de desdobramentos positivos para o SESCOOP/MS;	2,0		
	d) A evidência de pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição;	2,0		
	e) A qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital;	1,0		
	f) A cobertura dos públicos-alvo por meio da linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida.	1,0		
Pontuação obtida no subitem 2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO		10		

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 10 (DEZ) PONTOS

SUBITEM 3: IDEIA CRIATIVA		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do SESCOOP/MS.	2,0		
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerando os objetivos do SESCOOP/MS;	2,0		
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações;	2,00		
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	2,00		
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	1,00		
	f) Sua pertinência às atividades do SESCOOP/MS e à sua inserção na sociedade;	2,00		
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja;	1,00		
	h) A exequibilidade das peças;	1,00		
	i) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos;	1,00		
	j) A capacidade de síntese da estratégia de comunicação	1,00		
	Pontuação obtida no subitem 3 IDEIA CRIATIVA		15	

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 15 (QUINZE) PONTOS

SUBITEM 4: ESTRATÉGIA DE MÍDIA		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	a) Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação da entidade;	1,0		
	b) Capacidade analítica evidenciada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da estratégia de mídia;	2,0		
	c) Criatividade e inovação nas soluções de mídia para atingir os objetivos de comunicação;	2,0		
	d) Coerência do plano de mídia proposto e economicidade na utilização da verba publicitária simulada na proposta;	2,0		
	e) Integração da estratégia de mídia com a estratégia de comunicação apresentada;	1,0		
	f) Pertinência, oportunidade e criatividade demonstrada ao propor o uso de recursos de comunicação do SESCOOP/MS;	1,0		
	g) Coerência e conhecimento ao propor a utilização de mídias digitais para atingir os objetivos de comunicação;	1,0		
Pontuação obtida no subitem 4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA		10		

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 10 (DEZ) PONTOS

TABELA 3 - PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA RELATIVA A				
Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de problemas de Comunicação				
PONTUAÇÃO MÁXIMA (Somatório dos Subitens 5 + 6 + 7): 15 (QUINZE) PONTOS				
SUBITEM 5: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	a) A quantidade e a qualificação dos profissionais a serem colocados à disposição do SESCOOP/MS, nos diferentes setores da agência Licitante.	2,0		
	b) 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.	0,5		
	c) Operacionalidade do relacionamento entre o SESCOOP/MS e a Licitante, esquematizado na proposta.	1,0		
	d) A infraestrutura técnica e operacional, bem como recursos materiais colocados à disposição do SESCOOP/MS na execução do contrato.	1,0		
	e) <i>A infraestrutura técnica e operacional, bem como recursos materiais colocados à disposição do SESCOOP/MS na execução do contrato.</i>	0,5		
Pontuação obtida no subitem 5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		5,0		

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 05 (CINCO) PONTOS

SUBITEM 6: REPERTÓRIO		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	a) A ideia criativa e sua pertinência.	2,0		
	b) A clareza da exposição.	2,0		
	c) A qualidade da execução e do acabamento	1,0		
Pontuação obtida no subitem 6 REPERTÓRIO		5,0		

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 05 (CINCO) PONTOS

SUBITEM 7: RELATO DE SOLUÇÕES		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	a) Avaliação da capacidade de detectar e delimitar problemas de comunicação.	1,0		
	b) A capacidade de equacionar e planejar uma solução efetiva para um problema de comunicação.	1,0		
	c) A evidência de perfeita concatenação entre causa e efeito.	1,0		
	d) A capacidade de medir adequadamente os resultados.	1,0		
	e) A evidência de adequada integração da comunicação digital com a comunicação publicitária.	1,0		
Pontuação obtida no subitem 7 RELATO DE SOLUÇÕES		5,0		

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 05 (CINCO) PONTOS

13.7. Ao final dos trabalhos de julgamento das propostas, a Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e ata de julgamento da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, e as encaminhará à Comissão Permanente de Licitação, devidamente assinadas por seus integrantes, juntamente com as planilhas e com os envelopes A e C (e seus conteúdos), devendo em seus relatos formais numerar as propostas apócrifas, a fim de possibilitar identificá-las posteriormente.

14. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO

14.1. A classificação das propostas de preço será feita mediante a atribuição de notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a Tabela 4, abaixo:

TABELA 4 - PONTUAÇÃO RELATIVA A					
Proposta de Preço					
PONTUAÇÃO MÁXIMA: 40 (QUARENTA) PONTOS					
	DESCONTO / HONORÁRIOS / REPASSE	DESCONTO	Pontuação a de acordo com o desconto	Agência A	Agência N
QUESITO AVALIADO	a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul.	De 0% a 9,99%	5		
		De 10% a 19,99%	10		
		De 20% a 29,99%	15		
		De 30% a 39,99%	20		
		De 40% a 49,99%	30		
		acima de 50%	40		
PONTUAÇÃO MÁXIMA			40 Pontos		

Observação:

Com relação ao quesito da tabela de pontuação relativa ao preço, o que se espera é que a agência participante do certame apresente em sua proposta informações que evidencie o quanto vai conceder de descontos sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso do Sul.

14.2. A pontuação máxima a ser conseguida pela Licitante na Proposta de Preços será de 40 (quarenta) pontos.

14.3. Serão desclassificadas as Licitantes que não atenderem às exigências do ato convocatório.

14.4. Não será considerado como critério de classificação e nem de desempate das propostas qualquer oferta de vantagem não prevista no edital.

15. NOTA FINAL DA LICITAÇÃO

15.1. A Comissão de Licitação adjudicará o objeto da licitação à proponente que obtiver a maior pontuação na Nota Final, calculada através da soma das Notas Técnicas e de Preço, salvo eliminação posterior na fase de habilitação, conforme a seguinte expressão:

$$NF = (Nota Técnica Final \times 0,7) + (Nota de Preços Final \times 0,3)$$

15.2. Caso haja empate no resultado geral das propostas, terá preferência a empresa que, na ordem a seguir, obtiver a maior nota sucessivamente nos seguintes quesitos:



- a. Ideia Criativa.
- b. Estratégia de Comunicação Publicitária
- c. Estratégia de Mídia.
- d. Raciocínio Básico.

15.3. Persistindo o empate, a escolha se fará, obrigatoriamente, por sorteio, em ato público, para o qual todas as Licitantes serão convocadas, vedado qualquer outro procedimento.

15.4. Aos Licitantes não caberá desconhecimento quanto ao contido no item 15.2, eximindo o SESCOOPMS de qualquer responsabilidade quanto ao sorteio.

16. DOS PRAZOS E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

16.1. O prazo estabelecido para prestação desses serviços é de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato, podendo ser prorrogado até o limite de 60 (sessenta) meses.

16.3. A proposta de preço deverá ter validade mínima de **60 (sessenta) dias**, contados da data estabelecida no preâmbulo desta Concorrência para a abertura da sessão.

16.4. Caso o prazo estabelecido no **Item** anterior não esteja expressamente indicado na proposta de preço, o mesmo será considerado como aceito para efeito de julgamento.

16.5. Dos resultados da fase de habilitação e do julgamento das propostas caberão recursos fundamentados, dirigidos ao Superintendente do SESCOOP/MS, por intermédio da Comissão de Licitação, por escrito, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da comunicação do ato.

16.5.1. Os recursos deverão ser protocolados, dentro do prazo legal, no horário de 07h30 às 18h00, na sede do SESCOOP/MS, por meio de apresentação da petição correspondente no Protocolo.

16.5.2. Fica vedada a interposição de recurso ou apresentação de contrarrazões por meio distinto ao do previsto neste Edital, sob pena de não conhecimento por irregularidade formal/procedimental. Não será admitida a interposição de recurso ou apresentação de contrarrazões por meio eletrônico.

16.6. Eventuais recursos poderão ser respondidos/contrarrazoados pelos Licitantes interessados, em prazo idêntico para a interposição do recurso (5 dias úteis), a contar da ciência da interposição do recurso, cujo protocolo deverá observar os mesmos procedimentos estabelecidos no item 16.5.1.

16.7. Os recursos terão efeito suspensivo.

16.8. Os recursos serão julgados no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados da data final para sua interposição, pelo Superintendente do SESCOOP/MS, ou, por quem este delegar competência e a divulgação do julgamento se dará por publicação no site do SESCOOP/MS, endereço: <http://www.ocbms.org.br/licitacao-concorrenca/> ou ainda por outro meio formal, que atinja sua finalidade.

16.8.1. Em casos excepcionais e devidamente justificados, poderá ocorrer a prorrogação do prazo.

16.9. O provimento de recursos pela autoridade competente importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.



17. DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO DOS SERVIÇOS

17.1. O gerenciamento e a fiscalização dos serviços caberão à Gerência de Operações do SESCOOP/MS, por intermédio de representante devidamente designado.

17.2. A fiscalização de que trata esta cláusula não excluirá e nem reduzirá a responsabilidade da Contratada por danos causados à Unidade do SESCOOP/MS, decorrentes de ato ilícito na execução do Contrato ou a terceiros, ou por qualquer irregularidade e, na ocorrência desta, não implica em co-responsabilidade do SESCOOP/MS.

18. DAS PENALIDADES

18.1. A desistência formulada por qualquer das Licitantes após a abertura das propostas sujeitar-lhe-á ao pagamento de multa equivalente a 5% (cinco por cento) do valor estimado da contratação, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Licitação.

18.2. A recusa injustificada na assinatura do contrato dentro do prazo, fixado na carta convocatória, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, ficando sujeito à multa de 5% (cinco por cento) do valor total que lhe for adjudicado, perda do direito à contratação e suspensão do direito de licitar e contratar com o SESCOOP por prazo não superior a dois anos.

18.3. No caso de atraso injustificado ou inexecução total ou parcial do compromisso assumido com o SESCOOP/MS, as penalidades administrativas aplicadas a CONTRATADA serão:

- a) Advertência;
- b) Multa;
- c) Suspensão temporária de participar em licitações e impedimento de contratar com o SESCOOP, ou seja, com a Unidade Nacional e Unidades Estaduais por prazo não superior a 02 (dois) anos.

18.4. O prazo máximo para recolhimento da multa aplicada será de até 10 (dez) dias úteis a contar do recebimento da intimação pela Contratada.

18.5. A prática de ilícitos em quaisquer das fases do procedimento licitatório, o descumprimento de prazos e condições e a inobservância das demais disposições da presente convocação, implicarão na suspensão do direito de licitar e contratar com qualquer Unidade do SESCOOP por prazo não superior a dois anos.

18.6. Para aplicação das penalidades aqui previstas, a Licitante será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de cinco dias úteis, contados da notificação.

18.7. As penalidades previstas neste Edital são independentes entre si, podendo ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

18.8. O valor da multa aplicada será descontado dos pagamentos e, se for o caso, cobrado judicialmente.



19. DA DESPESA

19.2. Fica estabelecido como preço máximo para contratação da empresa para realização dos serviços objeto da Concorrência nº 001/2016, o valor de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais), inclusas **todas** as despesas ou custos, previstos no item **11.2.** deste Edital.

19.3. A estimativa de R\$ 400.000,00 (Quatrocentos mil reais) constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando o SESCOOP/MS, obrigado a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo às Contratadas o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

20. DO LOCAL DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

20.1. Todas as atividades necessárias à execução do objeto deverão ser realizadas, prioritariamente, em espaços físicos e instalações da CONTRATADA, em Brasília/DF.

21. DO PAGAMENTO

21.1. O **SESCOOP/MS**, por sua natureza jurídica de entidade paraestatal, está impedido de realizar qualquer tipo de pagamento antecipado.

21.2. O pagamento será efetuado, sob demanda, por meio de ordem bancária em até 05 (cinco) dias contados após a apresentação da referida documentação fiscal, devidamente atestada por representante autorizado pelo SESCOOP/MS.

21.3. A Nota Fiscal/Fatura deverá especificar o número do Processo correspondente.

21.4. O **SESCOOP/MS** reserva-se o direito de recusar o pagamento se, no ato da atestação, a prestação do serviço não estiver de acordo com as especificações contratadas.

21.5. O **SESCOOP/MS** poderá deduzir do montante a pagar os valores correspondentes às multas ou indenizações devidas pela **Licitante** vencedora, nos termos desta **Concorrência**.

21.6. Nenhum pagamento será efetuado à **Licitante** vencedora enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação exigível para com o **SESCOOP/MS**, sem que isso gere direito a reajustamento de preços ou a correção monetária.

22. DAS CONDIÇÕES FINAIS

22.1. Este procedimento licitatório reger-se-á pelo disposto no **Regulamento de Licitações e Contratos do SESCOOP – Resolução Nº. 850**, de 28 de fevereiro de 2012, publicado no **Diário Oficial da União – DOU, Seção 3, Nº. 59, de 26 de março de 2012, págs. 148 a 151.**

22.2. Após cada fase da licitação, os autos do processo ficam automaticamente com vistas aos interessados pelo prazo necessário à interposição de recursos, ressalvada a desistência expressa pela Licitante a quem assistia o direito de recorrer, ou o silêncio de qualquer delas no momento em que deveria manifestar esse interesse.



23.3. A simples participação nesta **Concorrência** implica na total aceitação, pelas **Licitantes** convocadas e outras que expressamente desejarem participar, de todas as condições estabelecidas nesta **Concorrência**.

23.4. Quaisquer pedidos de esclarecimentos deverão ser encaminhados por escrito ao Setor de Compras e Licitações, sito na Rua Ceará, 2245 Vila Célia, Campo Grande/MS, ou por intermédio do endereço sescoop@ocbms.org.br, ou pelo fax nº. 67 3389-0221, em até dois dias úteis antes da data marcada para o recebimento dos envelopes.

23.5. As respostas aos pedidos de esclarecimentos, bem como quaisquer alterações ao Edital, incluindo adiamento da data do recebimento dos envelopes, serão divulgados a todos os interessados, por meio do endereço <http://www.ocbms.org.br/licitacao-concorrencial/>. As respostas aos eventuais pedidos de esclarecimento será de 48 (quarenta e oito) horas.

23.6. Qualquer manifestação em impugnar os termos deste Edital deverá ser encaminhada por escrito e contra-recibo à Comissão de Licitação do SESCOOP/MS, sito na Rua Ceará, 2245 Vila Célia Campo Grande/MS. Decairá desse direito perante o SESCOOP/MS, a Licitante que não o fizer em **até 02 (dois) dias úteis** antes da data fixada para o recebimento dos envelopes. Não impugnado o ato convocatório, preclui toda a matéria nele constante.

23.7. A Contratada obriga-se a aceitar, nas mesmas condições contratuais, e mediante Termo Aditivo, os acréscimos que se fizerem necessários, no montante de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato, de acordo com o Art. 30 do Regulamento de Licitações e Contratos.

23.8. É facultada à Comissão ou à autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

23.9. As cláusulas da minuta de contrato, constitutiva do Anexo V deste Edital, se necessário, e caso haja concordância entre as partes, poderão ser alteradas, por ocasião da formalização do mesmo, objetivando uma melhor adequação dos seus termos ao objeto licitado.

23.10. Fica assegurado ao SESCOOP/MS o direito de transferir ou cancelar, no todo ou em parte, a presente licitação, mediante justificativa, sem que em decorrência dessa medida tenham as participantes direito à indenização, compensação ou reclamação de qualquer natureza.

23.11. Após a fase de habilitação, não cabe desistência da proposta, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

24. DOS ANEXOS

24.1. São partes integrantes desta **Concorrência** os seguintes **anexos**:

24.1.1. ANEXO I - Briefing;

24.1.2. ANEXO II – Proposta de Preços;

24.1.3. ANEXO III - Declaração de Inexistência de Fato Superveniente;

24.1.4. ANEXO IV– Declaração de Não Utilização de Mão-de-Obra de Menores;

24.1.5. ANEXO V - Minuta de Contrato



25. DO FORO

25.1. As questões decorrentes da execução deste instrumento, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas no Foro da cidade de Campo Grande/MS, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Campo Grande/MS, 08 de abril de 2016.

Ivanildo de Jesus Silva
Presidente da Comissão de Licitação

Anexo I
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 II
LICITAÇÃO N.º 001/2016
MODALIDADE CONCORRÊNCIA
PROPOSTA DE PREÇOS

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

Desconto a ser concedido ao SESCOOP/MS, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul: % (____ por cento).

Dados bancários para pagamento:

Banco:

Agência:

Conta Corrente:

Nomes e cargos dos representantes legais que assinarão o futuro contrato:

Declaramos que nos valores propostos estão incluídas todas as despesas diretas e indiretas, custos diretos e indiretos, contribuições sociais, tributos e encargos, necessários ao cumprimento integral dos serviços objeto desta licitação.

Declaramos conhecer e concordar com os termos do Edital da Concorrência n.º. 001/2016 e a prestar os serviços objeto desta licitação em estrita conformidade com as especificações contidas no instrumento convocatório, caso esta empresa seja vencedora do certame.

As Notas Fiscais/Faturas deverão ser emitidas com o mesmo CNPJ da proposta/documentos de habilitação, apresentados na Licitação.

DADOS DO PROPONENTE:

Nome:

CNPJ.:

Endereço completo:

Telefone:

Validade da Proposta (não inferior a 60 dias corridos):

Campo Grande/MS, de de 2016.

Anexo III
LICITAÇÃO N.º 001/2016
MODALIDADE CONCORRÊNCIA

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

_____, **(nome da empresa)**, CNPJ nº _____
_____, sediada à _____
(endereço completo) declara, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

, _____ de _____ de 2016

(Nome completo do declarante)

(N.º. da CI do declarante)

(Assinatura do declarante)

- Observação:**
- a) emitir em papel que identifique a **Licitante**;
 - b) ser assinada pelo representante legal (sócio-administrador, dirigente, procurador, etc. da empresa **Licitante**).
 - c) declaração a ser emitida pela **Licitante**.

Anexo IV
LICITAÇÃO N.º 001/2016
MODALIDADE CONCORRÊNCIA

DECLARAÇÃO DE NÃO UTILIZAÇÃO DE MÃO DE OBRA DE MENORES

(Nome da empresa) _____, CNPJ nº

_____, sediada (endereço completo)

_____, declara, sob as penas da Lei, que não utiliza

mão-de-obra direta ou indireta de menores de 18 (dezoito) anos para a realização de trabalhos noturnos, perigosos ou insalubres, bem como não utiliza, para qualquer trabalho, mão-de-obra direta ou indireta de menores de 16 (dezesseis) anos, exceto na condição de aprendiz, a partir de 14 (catorze) anos. (conforme Lei nº 9.854/99).

Cidade - UF, _____ de _____ de 2016.

(Nome completo do declarante)

(Nº. da CI do declarante)

(Assinatura do declarante)

- Observação:**
- a) emitir em papel que identifique a **Licitante**;
 - b) ser assinada pelo representante legal (sócio-administrador, dirigente, procurador, etc. da empresa **Licitante**;
 - c) declaração a ser emitida pela **Licitante**.

Anexo V
LICITAÇÃO N.º 001/2016
MODALIDADE CONCORRÊNCIA

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS QUE ENTRE SI CELEBRAM O SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO NO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL – SESCOOP/MS E..... (PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 1128/2016, CONCORRÊNCIA N.º 001/2016).

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, CPF:..... RG:..... e pela sua Superintendente Sra. Dalva Aparecida Garcia Caramalac, CPF:..... RG:..... de agora em diante denominado **CONTRATANTE**.

CONTRATADA: **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, pessoa jurídica de direito privado, estabelecida em XXXXXXXXXXX (XXXX), na XXXXXXX 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

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; compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia), 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, conforme condições e especificações constantes deste Edital e seus anexos.

1.1.1. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os seguintes serviços:

f) Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens perante os seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e a sua concorrência.

g) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação.

h) Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes.

i) Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens em relação ao mercado e à concorrência.

j) Planejamento e execução de pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas.

h) Execução do Plano de Execução Publicitária, compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução e mídia).

i) Planejamento e execução do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.2 Passam a fazer parte integrante deste instrumento, independentemente de transcrição, o Edital da Concorrência nº. 001/2016, seus Anexos e a Proposta da **CONTRATADA** datada de ____/____/2016.

CLÁUSULA SEGUNDA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

A **CONTRATADA** se obriga a prestar os serviços objeto do presente Contrato, atentando, sempre, para a boa qualidade, obrigando-se, ainda, a:

2.1 Responsabilizar-se por todos os custos e despesas referentes à execução do serviço, tais como transporte, hospedagens e alimentação de seus empregados ou prepostos, não cabendo à **CONTRATANTE** quaisquer ônus decorrentes da realização dos serviços ora contratados;

2.2 Responsabilizar-se pelos danos causados direta ou indiretamente ao **CONTRATANTE** ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na prestação dos serviços. A fiscalização do **CONTRATANTE** não diminui nem substitui a responsabilidade da **CONTRATADA**;

2.3 Responsabilizar-se pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, resultantes da execução do Contrato;

2.4 Responsabilizar-se por quaisquer acidentes que venham a ser vítimas os seus empregados ou

prepostos quando em serviço, executando o objeto deste Contrato, por tudo quanto às leis trabalhistas e previdenciárias lhes assegurem e demais exigências legais para o exercício das atividades;

- 2.5 Assumir a responsabilidade e o ônus pelo recolhimento de todos os impostos, taxas, tarifas, contribuições ou emolumentos federais, estaduais, distritais e municipais, e seguros, que incidam ou venham a incidir sobre o objeto do contrato, apresentando os respectivos comprovantes, quando solicitados pelo **CONTRATANTE**, devendo observar estritamente as leis relativas a essas obrigações/direitos;
- 2.6 Responsabilizar-se, em caráter exclusivo, pela execução dos serviços objetos deste contrato;
- 2.7 Notificar à **CONTRATANTE**, por escrito e imediatamente, de qualquer anormalidade que verificar quando da prestação dos serviços;
- 2.8 Atender a todas as formalidades legais, relativas à Legislação Trabalhista, Social e Previdenciária, respondendo perante os órgãos competentes por todos os encargos sociais decorrentes das relações de trabalho mantidas com seus empregados;
- 2.9 Assumir por si, seus diretores, empregados ou terceiros contratados, o polo passivo das demandas judiciais ou extrajudiciais, decorrentes da execução do presente instrumento, desde o início até a sua finalização, isentando o **CONTRATANTE** de qualquer responsabilidade derivada;
- 2.10 Responder, perante os fiscos Federal, Estadual e Municipal, por todos os impostos, taxas e posturas, incidentes sobre os serviços ora contratados, correndo por sua única e exclusiva responsabilidade, toda multa ou sanção decorrente de infrações legais;
- 2.11 Responsabilizar-se pelo cumprimento das exigências legais no que respeita às jornadas de sua equipe de trabalho;
- 2.12 Manter atendimento em horário comercial para possíveis contatos;
- 2.13 Respeitar as normas e procedimentos de controle de acesso às dependências do **CONTRATANTE**, quando da entrega dos produtos/prestação dos serviços, mantendo seus empregados identificados por crachá, observando, ainda, as normas internas de segurança;
- 2.14 Arcar com a despesa decorrente de atos praticados por seus empregados nas dependências do **CONTRATANTE**, durante a execução deste Contrato;
- 2.15 Cumprir rigorosamente os prazos para prestação dos serviços, conforme e sempre que demandados pelo **CONTRATANTE**, as demais normas contratuais expressas neste instrumento e as demais exigências e disposições constantes do Processo Administrativo nº 1128/2016 – Concorrência nº 001/2016, bem como sua Proposta ajustada datada de ___/___/2015;
- 2.16 Assegurar ao **CONTRATANTE** o direito de recusar o produto fornecido e/ou o serviço prestado que não esteja(m) de acordo com as normas ou especificações técnicas previamente estabelecidas, ficando certo que, em nenhuma hipótese, a falta de fiscalização da **CONTRATANTE** eximirá a **CONTRATADA** de suas responsabilidades provenientes do Contrato;
- 2.17 Fornecer ao **CONTRATANTE** ou a seu preposto (gestor do contrato) toda e qualquer informação e/ou esclarecimento que lhe seja solicitado sobre o objeto da contratação, bem como facilitar a fiscalização da execução do objeto do contrato;
- 2.18 Aceitar, nas mesmas condições contratuais, mediante Termo Aditivo, a complementação ou acréscimos que se fizerem necessários, no montante de até 25% (vinte e cinco por cento) do

valor inicial atualizado do contrato, de acordo com o art. 30 do Regulamento de Licitações e Contratos do **CONTRATANTE**;

- 2.19 Emitir faturas, notas fiscais, recibos, ordens de serviço e outros documentos contábeis de despesas em nome do **CONTRATANTE**, devidamente identificados com este instrumento;
- 2.20 Manter, durante toda a vigência deste contrato, compatibilidade com as obrigações assumidas e com todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no contrato, em especial as certidões descritas nos subitens 9.1, alíneas “c”, “d” e “e” do Edital;
- 2.21 Substituir o produto e/ou refazer o serviço solicitado, quando em desacordo com as especificações deste Contrato ou quando não satisfatório, a partir da solicitação do **CONTRATANTE**, em prazo por ele definido, em relação ao qual correrá por conta da **CONTRATADA** a respectiva despesa;
- 2.22 Não transferir a qualquer título os serviços contratados, sem subcontratar, subempreitar, ceder ou transferir, total ou parcialmente, o objeto contratado, sem a prévia autorização, por escrito, do **CONTRATANTE**, não se eximindo de suas responsabilidades e/ou obrigações, derivadas deste contrato. A fusão, cisão ou incorporação, também, só será admitida com o consentimento prévio e por escrito do **CONTRATANTE** e desde que não afetem a boa execução deste contrato;
- 2.23 Comunicar imediatamente ao **CONTRATANTE** qualquer alteração ocorrida na conta bancária, endereço e outras informações necessárias para recebimento de correspondências;
- 2.24 Abster-se de fazer qualquer menção por escrito ao nome ou tampouco divulgar a imagem do **CONTRATANTE** para fins de publicidade própria, sem sua prévia e expressa autorização, sob pena de responder judicialmente pela não observância do aqui disposto;
- 2.25 Aceitar, por parte do **CONTRATANTE**, em todos os aspectos, a fiscalização dos serviços;
- 2.26 Responsabilizar-se pelos pagamentos devidos aos seus funcionários, prepostos e empregados, devendo apresentar, quando solicitada pelo **CONTRATANTE**, toda a documentação pertinente referente ao pagamento dos salários, encargos sociais, previdenciários e fiscais, incidentes sobre a prestação dos serviços objeto deste instrumento;
- 2.27 Executar, com zelo e efetividade, de acordo com as especificações e com os padrões de qualidade exigidos pelo **CONTRATANTE**, todas as atividades para o perfeito cumprimento do objeto do contrato;
- 2.28 Fornecer os produtos/prestar os serviços nas quantidades, qualidades, prazos e demais especificações constantes no contrato e solicitadas pelo **CONTRATANTE**, quando por este demandados;
- 2.29 Indicar o seu profissional de atendimento em até 7 (sete) dias úteis após a assinatura deste contrato, para atendimento às demandas da instituição;
- 2.30 Disponibilizar, em até 15 (quinze) dias, um novo profissional da equipe técnica de experiência equivalente ou superior, sem ônus para o **CONTRATANTE**, caso o **CONTRATANTE** solicite a substituição e entenda que o profissional não esteja desempenhando adequadamente seu papel;
- 2.31 Na pesquisa de preço, no ramo do fornecimento pretendido, para os serviços que não sejam de natureza interna à **CONTRATADA** e que forem realizados com intermediação da **CONTRATADA**, sob autorização e supervisão do **CONTRATANTE**, para fins de execução da comunicação publicitária da entidade, a **CONTRATADA** deverá apresentar no mínimo 3 (três) orçamentos obtidos entre empresas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

- 2.31.1 Os orçamentos deverão estar em conformidade com os padrões recomendados pela Gerencia de Operações e Gerência de Desenvolvimento de Cooperativismo do **CONTRATANTE**;
- 2.31.1.2. Essa exigência não se aplica aos serviços de mídia. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao **CONTRATANTE** para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação.
- 2.32 A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do **CONTRATANTE**, se tiver sido expressamente autorizada para tal;
- 2.33 Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a **CONTRATADA** deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba do **CONTRATANTE**;
- 2.34 Elaborar o Plano de Comunicação Publicitária incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia);
- 2.35 Executar o Plano de Comunicação Publicitária, incluindo orçamento, acompanhamento, realização, entrega final, assim como a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia);
- 2.36 Elaborar o plano estratégico e de mídia, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do *target* (público-alvo), análise de concorrência, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia;
- 2.37 Desenvolver o plano de mídia, incluindo estudo do *target*, definição final dos meios, negociação de verba para contratação dos meios, contratação dos espaços publicitários, envio de material para os meios e acompanhamento da veiculação;
- 2.38 Identificar e promover a análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;
- 2.39 Identificar e promover a análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;
- 2.40 Assessorar, apoiar, contratar e desenvolver pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada;
- 2.41 Assessorar e apoiar no planejamento e na execução de ações de publicidade, relações públicas e de marketing;
- 2.42 Planejar, conceber, criar peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, implementação, animação, disponibilização e veiculação do material aprovado;
- 2.43 Elaborar e desenvolver marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação visual, bem como suporte no registro de sua propriedade;
- 2.44 Planejar e desenvolver ações promocionais para divulgação de produtos e projetos do **CONTRATANTE**;

- 2.45 Elaborar Relatórios de Campanha e Projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos e indicadores de resultados;
- 2.46 Elaborar pesquisas qualitativas e/ou quantitativas pré e/ou pós-campanha para identificar conhecimento da marca/produtos/serviços; lembrança/ conhecimento, por parte do *target*, de campanhas veiculadas, entendimento da mensagem veiculada nas campanhas; desenvolvimento de indicadores ou índices que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas;
- 2.47 Planejar e executar pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- 2.48 Desenvolver peças publicitárias relacionadas às campanhas (mídia ou não mídia), incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais;
- 2.49 Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- 2.50 Fazer o controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) por meio de relatório mensal com comprovação das veiculações. Para as veiculações em mídias de massa, tais como TV aberta e por assinatura, rádio, jornal, revista e internet, disponibilizar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, quando possível;
- 2.51 Providenciar redação publicitária para as peças relacionadas à campanha, bem como revisão gramatical e ortográfica dos textos pertinentes;
- 2.52 Elaborar projeto de comunicação visual de projeção da marca SESCOOP/MS em feiras, congressos, blitz promocionais, incluindo a concepção visual e a elaboração de peças;
- 2.53 Fazer planejamento de projetos de comunicação para potencializar a experiência da marca SESCOOP/MS com os seus diversos públicos de interesse;
- 2.54 Elaborar e providenciar o desenvolvimento de peças de comunicação para ações de endomarketing;
- 2.55 Fazer a identificação e análise dos públicos e/ou do mercado potencial onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre maior possibilidade de penetração junto ao *target*;
- 2.56 Responsabilizar-se pelo planejamento de comunicação visual para pontos de atendimento e de experiências do cliente com a marca SESCOOP/MS;
- 2.57 Promover o desenvolvimento de estratégias de comunicação publicitária nas redes sociais que facilitem o contato do **CONTRATANTE** com o público-alvo;
- 2.58 Fazer editoração, adequação de conteúdo e de linguagem e revisão de publicações impressas e digitais (cartilhas, relatório de atividade anual, revistas, jornais, catálogos, boletins, cadernos, folders, folhetos, dentre outros);
- 2.59 Fazer o planejamento, concepção, criação e produção de mensagens e peças para comunicação digital para *websites*, telefonia móvel, e-mail marketing, redes sociais, dentre outras;
- 2.60 Produção de Audiovisuais.

- 2.61 Além dos serviços descritos nos subitens acima, bem como de outros serviços previstos neste contrato, não esgotam as possibilidades de atividades que poderão ser demandadas à **CONTRATADA**, que deverá prestar, para cumprimento deste contrato, todo serviço solicitado pelo **CONTRATANTE** que esteja incluído no âmbito de atuação das agências de publicidade;
- 2.62 A **CONTRATADA** negociará sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, para os direitos de imagem de som e de voz profissionais do setor artísticos e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pelo **CONTRATANTE**;
- 2.63 A **CONTRATADA** fará constar, em destaque, todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos;
- 2.64 A **CONTRATADA** garantirá a transferência ao **CONTRATANTE** de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores;
- 2.65 Entregar ao **CONTRATANTE**, mensalmente, um relatório das despesas de veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio;
- 2.66 Registrar em Relatórios de Atendimento todas as reuniões e de serviço entre o **CONTRATANTE** e a **CONTRATADA**, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades;
- 2.67 Esses relatórios deverão ser enviados pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE** até o prazo máximo de dois dias úteis após a realização do contato;
- 2.68 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o **CONTRATANTE** solicitará a necessária correção, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório;
- 2.69 Responder perante o **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condição dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato;
- 2.70 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o **CONTRATANTE**;
- 2.71 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção da propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato;
- 2.72 Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o próprio **CONTRATANTE**;
- 2.73 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do **CONTRATANTE**;
- 2.74 A infração ao dispositivo anterior implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279, de 14.05.96, e às indenizações das perdas e danos

previstos na legislação ordinária.

CLÁUSULA TERCEIRA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE Caberá ao **CONTRATANTE**:

- 3.1 Acompanhar, fiscalizar e conferir a execução do objeto contratual, fazendo o necessário para que a **CONTRATADA** possa executar a prestação dos serviços adquiridos dentro das normas estabelecidas neste contrato;
- 3.2 Prestar as informações e os esclarecimentos pertinentes ao objeto, que venham a ser solicitados pelo representante da **CONTRATADA**;
- 3.3 Efetuar o pagamento à **CONTRATADA**, de acordo com as condições estabelecidas nas Cláusulas Quarta, Quinta e Sexta deste contrato, após a prestação dos serviços e a entrega do documento fiscal, que deverá discriminar os serviços prestados, a entrega da Ordem Bancária em conta corrente definida pela **CONTRATADA**, e a aprovação da documentação pela **CONTRATANTE**;
- 3.4 Recusar o recebimento do serviço em desacordo com as especificações constantes do Edital da Concorrência n.º 001/2016 e seus Anexos, e/ou neste Contrato;
- 3.5 Permitir o acesso dos empregados da **CONTRATADA** às instalações nas quais estejam previstas a prestação dos serviços e/ou realização de reuniões, devidamente identificados com crachás;
- 3.6 Notificar a **CONTRATADA**, imediatamente e por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas no fornecimento dos produtos/na prestação dos serviços, para que sejam adotadas as medidas corretivas necessárias;
- 3.7 Notificar a **CONTRATADA** com relação às irregularidades encontradas nos produtos fornecidos, solicitando sua correção;
- 3.8 Designar colaborador do **CONTRATANTE** que será a interface com o profissional da **CONTRATADA**;
- 3.9 O **CONTRATANTE** poderá solicitar a substituição de qualquer profissional da equipe técnica da **CONTRATADA** sem ônus para o **CONTRATANTE**, caso entenda que o profissional não esteja desempenhando adequadamente seu papel. Nesse caso, a **CONTRATADA** terá até 15 (quinze) dias para disponibilizar um novo profissional de experiência equivalente ou superior.
- 3.10 Solicitar à **CONTRATADA** a correção dos Relatórios de Atendimento, Relatórios de Despesas de produção e veiculação autorizadas ou Relatórios de serviço se houver incorreção no registro dos assuntos tratados/despesas autorizadas/serviços demandados, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

CLÁUSULA QUARTA – DO VALOR DO CONTRATO E DA FORMA DE PAGAMENTO

- 4.1 O valor global estimado para gastos com os serviços contratados, pelo período de 12 (doze) meses, será de até R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).
- 4.2 A estimativa de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando o **CONTRATANTE** obrigado a realizá-la em sua totalidade e não cabendo à **CONTRATADA** o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.
- 4.3 O pagamento, sob demanda, será efetuado mensalmente através de ordem bancária até o 5º

(quinto) dia útil após a entrega, emissão de Termo de Aceite e aprovação da referida documentação fiscal, devidamente atestada por representante autorizado pelo **CONTRATANTE** e ocorrerá da seguinte forma:

4.3.1 Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação.

4.3.1.1 Para as veiculações em mídias de massa, tais como TV aberta e por assinatura, rádio, jornal, revista e internet, disponibilizar Relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, quando possível.

4.3.2 Outros serviços de terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes.

4.3.2.1 Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela **CONTRATADA**, nos prazos e condições previamente aprovados pelo **CONTRATANTE** e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais;

4.3.2.2 A **CONTRATADA** deverá apresentar ao **CONTRATANTE** cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até cinco dias após sua realização.

4.4 A **CONTRATADA** deverá arcar com o recolhimento de todos os tributos e contribuições federais, estaduais e municipais, devidos em decorrência do objeto deste contrato, exceto aqueles retidos pelo **CONTRATANTE** na forma da lei, devendo destacar as retenções tributárias devidas em suas Notas Fiscais/Faturas ou entregar documentação que comprove a necessidade de não retenção de determinado(s) tributo(s).

4.5 Todas as despesas de locomoção, acomodação, alimentação e mão-de-obra, dentre outras necessárias à execução do contrato, correrão por conta da **CONTRATADA**, não ocasionando ao **CONTRATANTE** nenhum ônus de acréscimo ou majoração nos valores dos serviços, bem como nenhum tipo de pagamento correspondente a horas-extras, deslocamentos, adicionais noturnos ou encargos afins.

4.6 O preço ajustado já leva em conta todas e quaisquer despesas incidentes sobre os serviços, tais como deslocamentos e tributos.

4.7 Caberá ao **CONTRATANTE** reter e recolher os impostos, contribuições previdenciárias e sociais, incidentes sobre o valor deste instrumento, salvo quando devidamente dispensado.

4.8 Nenhum pagamento será efetuado à **CONTRATADA** enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação exigível para com o **CONTRATANTE**, sem que isso gere direito a reajustamento de preços ou a correção monetária.

4.9 A Nota Fiscal/Fatura e as Ordens de Serviço deverão especificar o número do Processo Administrativo e da Concorrência correspondente.

- 4.10 Sendo identificada cobrança indevida nas Notas Fiscais/Faturas, a Fiscalização poderá, a seu critério, fazer a glosa dos valores indevidos, ou solicitar formalmente à **CONTRATADA** a reapresentação das Notas Fiscais/Faturas, devidamente corrigidas. Nesse caso, a contagem do prazo para pagamento será reiniciada a partir da nova emissão.
- 4.11 Caso haja aplicação de multa, eventual crédito favorável à **CONTRATADA** será descontado em favor do **CONTRATANTE**. Caso a multa seja superior ao crédito eventualmente existente, a diferença será cobrada administrativa ou judicialmente.
- 4.12 Havendo erro na documentação de cobrança, ou outra circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento será suspenso até que a **CONTRATADA** providencie as medidas saneadoras necessárias, não acarretando, neste caso, quaisquer ônus ao **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA QUINTA - DA REMUNERAÇÃO

- 5.1 Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:
- Desconto a ser concedido ao **CONTRATANTE**, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul:% (____ por cento);
- 5.2 A **CONTRATADA** não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo **CONTRATANTE**, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.
- 5.3 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do **CONTRATANTE**, quando da alteração ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA SEXTA – DOS DIREITOS AUTORAIS

- 6.1 Na execução deste contrato, deverão ser atendidos os preceitos contidos na Lei nº 9.610/1998, em especial o que segue:
- 6.2 A **CONTRATADA** fará a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias incluídos os estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência;
- 6.3 Nas contratações que envolverem direitos autorais de terceiros, a **CONTRATADA** se responsabilizará por solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado 02 (dois) tipos de orçamentos para execução do serviço, sendo: um de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o **CONTRATANTE** escolha uma das opções;
- 6.4 Nos casos de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado, a **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão, de cuja negociação participará ao **CONTRATANTE**, inclusive no que diz respeito à reutilização de peças publicitárias;
- 6.5 Quando o **CONTRATANTE** optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos

direitos patrimoniais da obra artística, fará constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

6.5.1 Explicitem a cessão total e definitiva por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilhas sonoras, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

6.5.2 Estabeleçam que o **CONTRATANTE** possa, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente, com ou sem modificações, após o término do contrato ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

6.5.3 Considerem como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

CLÁUSULA SÉTIMA - DA VIGÊNCIA

7.1 A vigência deste instrumento será de 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, mediante justificativa e aprovação da Gestora do Contrato e anuência da **CONTRATADA**.

7.2 A prorrogação da vigência será formalizada por termo aditivo específico, não podendo ultrapassar, inclusive com suas eventuais prorrogações, o limite máximo de 60 (sessenta) meses, nos termos do parágrafo único do artigo 26 do RLC/Sescoop.

CLÁUSULA OITAVA - DAS PENALIDADES

8.1 No caso de atraso injustificado ou inexecução total ou parcial do compromisso assumido com o **CONTRATANTE**, bem como quando da execução de serviço em desacordo com as regras contratuais ou de descumprimento de obrigação contratual, as penalidades administrativas aplicadas à **CONTRATADA** serão:

d) Advertência por escrito;

e) Multa de 10 % (dez por cento) sobre o valor total estimado do contrato, no caso de inexecução total;

f) Multa de 5 % (cinco por cento) sobre o valor do produto/serviço, na hipótese de fornecimento/prestação em desacordo com as especificações técnicas e condições pactuadas;

g) Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) sobre o valor do serviço em atraso, por dia de atraso, limitado a 30 (trinta) dias, calculada sobre o valor total do serviço, contatos a partir do primeiro dia útil após a data fixada para entrega.

h) Suspensão temporária de participar em licitações e impedimento de contratar com a Unidade Nacional e as Unidades Estaduais do Sescop por prazo não superior a 02 (dois) anos.

8.2 Para aplicação das penalidades aqui previstas, a **CONTRATADA** será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da notificação.

8.3 O prazo máximo para recolhimento da(s) multa(s) aplicada(s) será de até 10 (dez) dias úteis a contar do recebimento da intimação pela **CONTRATADA**.

- 8.4 As penalidades previstas neste instrumento são independentes entre si, podendo ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.
- 8.5 O valor das multas aplicadas será descontado dos pagamentos e, se for o caso, cobrado judicialmente.
- 8.6 A inobservância das disposições contidas neste instrumento, bem como a ocorrência de situações indesejadas na execução do contrato ensejará a cobrança de penalidades, mediante notificação à **CONTRATADA**.
- 8.7 As multas serão cobradas sem prejuízo da ação judicial cabível, podendo ensejar, inclusive, a rescisão do contrato por descumprimento de obrigação. A rescisão não isenta a **CONTRATADA** da ação judicial cabível, em caso de prejuízo à **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA NONA - DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

- 9.1 A execução deste Contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo gestor da Gerência de Operações do **CONTRATANTE**, ou a quem a Superintendência determinar, que anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução deste Contrato, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados. As decisões e providências que ultrapassarem a competência da Gerente deverão ser solicitadas a seu superior em tempo hábil para adoção das medidas convenientes.
- 9.2 Ao gestor compete, dentre outras atribuições:
 - 9.2.1 Solicitar à **CONTRATADA**, tempestivamente, todas as providências necessárias ao bom andamento da execução do objeto contratado e anexar aos autos do processo correspondente cópia dos documentos escritos que comprovem essas solicitações de providências;
 - 9.2.2 Verificar a conformidade, inclusive prazos/cronogramas, da execução contratual para garantir tempestivamente a qualidade desejada dos serviços;
 - 9.2.3 Notificar à **CONTRATADA** acerca de qualquer ocorrência detectada na execução dos serviços contratados;
 - 9.2.4 Ordenar à **CONTRATADA** corrigir, refazer ou reconstruir as partes dos serviços executadas com erros, imperfeições ou em desacordo com as especificações, determinando prazo para a correção de possíveis falhas ou substituições de produtos em desconformidade com o solicitado;
 - 9.2.5 Sustar e recusar quaisquer serviços que estejam em desacordo com as especificações técnicas, determinando prazo para a correção de possíveis falhas ou substituições de produtos em desconformidade com o solicitado;
 - 9.2.6 Documentar nos autos do processo administrativo qualquer ocorrência detectada na execução do contrato;
 - 9.2.7 Solicitar às Gerências/Assessorias competentes qualquer medida necessária para o fiel cumprimento do contrato;
 - 9.2.8 Acompanhar a execução dos serviços;
 - 9.2.9 Atestar as Notas Fiscais, faturas emitidas, desde que o serviço seja prestado de maneira satisfatória, bem como conferir os relatórios emitidos pela **CONTRATADA**.

- 9.3 A existência e a atuação da fiscalização em nada restringem a responsabilidade, única, integral e exclusiva da **CONTRATADA**, no que concerne à execução do objeto contratado.
- 9.4 A fiscalização de que trata esta cláusula não excluirá nem reduzirá a responsabilidade da **CONTRATADA** por danos causados ao **CONTRATANTE** ou a terceiros decorrentes de ilícito na execução do Contrato, por quaisquer irregularidades resultantes de imperfeições técnicas, emprego de material inadequado ou de qualidade inferior, ou por qualquer irregularidade. A ocorrência dessa não implicará corresponsabilidade do **CONTRATANTE**.
- 9.5 O Gestor poderá, a qualquer hora e em todas as áreas abrangidas pelos serviços, realizar a fiscalização do Contrato, estando a **CONTRATADA** obrigada a prestar todos os esclarecimentos eventualmente solicitados.
- 9.6 Eventuais irregularidades de caráter urgente deverão ser comunicadas pela **CONTRATADA**, por escrito, ao Gestor de Contrato com os esclarecimentos julgados necessários e, as informações sobre possíveis paralisações de serviços, a apresentação de relatório técnico ou razões justificadoras a serem apreciadas e decididas pelo colaborador designado.
- 9.7 As decisões e providências sugeridas pela **CONTRATADA** ou julgadas imprescindíveis, que ultrapassarem a competência do Gestor designado pelo **CONTRATANTE**, deverão ser encaminhadas à autoridade superior, para a adoção das medidas cabíveis.
- 9.8 O Gestor do Contrato fica assegurado o direito de exigir o cumprimento de todas as cláusulas previstas no presente Contrato, no Edital e na proposta da **CONTRATADA**.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA INEXECUÇÃO E DA RESCISÃO CONTRATUAL

A inexecução, total ou parcial, pela **CONTRATADA**, do previsto neste Contrato, dará ao **CONTRATANTE** o direito de considerá-lo rescindido unilateralmente, mediante notificação prévia (com prazo de 05 dias úteis para defesa, a contar do recebimento da notificação), independentemente de qualquer providência judicial ou extrajudicial, sujeitando-se às sanções previstas, garantida prévia e ampla defesa em processo administrativo, especialmente se houver:

- a) não cumprimento de cláusulas deste Contrato;
- b) cumprimento irregular de cláusulas deste Contrato;
- c) cometimento reiterado de falhas na sua execução;
- d) a decretação de falência, pedido de recuperação judicial ou a instauração de insolvência civil, a dissolução judicial ou a liquidação extrajudicial da **CONTRATADA**;
- e) a subcontratação total ou parcial do seu objeto, a cessão ou transferência total ou parcial de obrigações; ou
- f) a dissolução da sociedade.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Quaisquer rotinas e procedimentos não constantes neste instrumento deverão ser objeto de negociação direta e formal entre as partes, mediante Termo Aditivo.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DO FORO

Fica eleito o foro da Comarca de Campo Grande/MS, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir quaisquer questões oriundas do presente instrumento.

E assim, por estarem de acordo, ajustadas e contratadas, após lido e achado conforme, firmam as partes o presente contrato, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, para um só efeito, na presença de 02 (duas) testemunhas abaixo assinadas, cujo instrumento ficará arquivado na Seção competente das entidades signatárias.

Campo Grande/MS de de 2016.

CELSO RAMOS RÉGIS
Presidente
CONTRATANTE

CONTRATADA

DALVA APARECIDA GARCIA CARAMALAC
Superintendente
CONTRATANTE

TESTEMUNHAS:

Nome:

RG nº.:

CPF/MF nº

Nome:

RG nº.:

CPF/MF nº.: