

**EDITAL DE LICITAÇÃO PARA AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA O
“DIA DO FISIOTERAPEUTA E TERAPEUTA OCUPACIONAL”
CARTA CONVITE Nº 02/2016**

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O Conselho Regional de Fisioterapia e Terapia Ocupacional da 13ª Região – CREFITO 13, Autarquia Federal, com sede na Av. Noroeste (Orla Morena), nº 699, Bairro Amambaí, CEP: 79009-760 – Campo Grande (MS), doravante denominado ANUNCIANTE, representado neste ato por seu presidente Carlos Alberto Eloy Tavares, por meio do Presidente da Comissão de Licitações, torna público que realizará licitação na modalidade de CARTA CONVITE, do tipo TÉCNICA E PREÇO, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.2. A Licitação será regida pela Lei nº. 12.232, de 29/04/2010, aplicando-se, de forma complementar, as Leis nº. 4.680, de 18/06/1965, e nº. 8.666, de 21/06/1993, e as disposições deste Edital.

2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

2.1. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

2.1.1 **Dia e hora da entrega dos envelopes: 23/08/2016, das 08h00 às 17h00.** Local: Av. Noroeste (Orla Morena), nº 699, Bairro Amambaí, CEP: 79009-760 – Campo Grande (MS)

2.1.1.1 **Dia e hora da abertura dos envelopes: 24/08/2016, às 09h00.** Local: Av. Noroeste (Orla Morena), nº 699, Bairro Amambaí, CEP: 79009-760 – Campo Grande (MS)

2.1.2. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerá ao disposto na legislação e neste Edital, especialmente em seu item 19.

2.2. Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Licitação.

3 – OBJETO

3.1. Contratação de empresa especializada para campanha publicitária para o dia 13 de outubro de 2016 (**Dia Nacional do Fisioterapeuta e do Terapeuta Ocupacional**), necessitando-se os seguintes serviços:

- 10 (dez) Busdoor (impressão e veiculação);
- 10 (dez) Outdoor (impressão e veiculação);
- Layout e arte final de peças publicitárias da campanha (folheto, panfleto, banner, outdoor, busdoor, canetas, agenda, anúncios).
- Editoração Eletrônica de Peças publicitárias para Mídias sociais (facebook, full banner, e-mail marketing, pop-up, anúncio de jornal e revista).
- Criação, edição, revisão e diagramação de revista para o ano de 2016 (24 páginas, incluindo a capa).
- Veiculação de spot/rádio 5 dias (8 inserções).

3.1.1. Também integram o objeto desta licitação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

3.1.2. É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 3.1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

3.1.2.1. Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações,

dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos científicos na área da saúde.

3.2. Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, LICITANTE ou CONTRATADA.

3.2.1. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº. 4.680, 18/06/1965, e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de atendimento, nos termos da Lei nº. 12.232, 29/04/2009.

3.2.2. A AGÊNCIA atuará por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680, 18/06/1965, na contratação de fornecedores de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1.1, e de veículos de divulgação, para a compra de tempo e ou espaço publicitários.

3.2.3. A AGÊNCIA **NÃO** poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

4 - RETIRADA DA CARTA CONVITE

4.1. Esta Carta Convite será fornecida pelo ANUNCIANTE na Av. Noroeste (Orla Morena), nº 699, Bairro Amambaí, CEP: 79009-760 – Campo Grande (MS), das 08h00 às 17h00.

4.2. Será gratuita a retirada desta Carta Convite no site oficial do órgão: www.crefito13.org.br ou por pedido via e-mail licitacoes@crefито13.org.br

5 - INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1. Esclarecimentos sobre este processo serão prestados pela Comissão de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos no prazo estabelecido na Lei nº 8.666/1993, e feitos pelos representantes estatutários ou legais da licitante:

a) por escrito

b) pelo e-mail licitacoes@crefито13.org.br

5.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias.

5.1.1.1. A LICITANTE não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimentos, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Envelope nº. 2), a identificação da sua proposta perante a Subcomissão Técnica.

5.1.1.2. A Comissão de Licitação dará conhecimento das perguntas e respostas às demais LICITANTES que retirarem este Edital, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante, mediante divulgação no sítio do ANUNCIANTE na internet, no endereço: www.crefito13.org.br.

5.1.2. Às LICITANTES interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

6. IMPUGNAÇÃO AOS TERMOS DO EDITAL

6.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital. Qualquer impugnação deverá ser protocolizada até 05 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, de segunda a sexta-feira, das 08h às 17h, na Av. Noroeste (Orla Morena), nº 699, Bairro Amambaí, CEP: 79009-760 – Campo Grande (MS).

6.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a LICITANTE que não o fizer, por escrito e protocolizando-a no endereço e nos horários mencionados no subitem precedente, até 02 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços.

6.2.1. Considera-se LICITANTE para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado a presente Carta Convite na forma prevista na mesma.

6.2.2. A impugnação feita tempestivamente pela LICITANTE não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

7.1. Poderá participar desta licitação a AGÊNCIA que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

7.2. Não poderá participar desta licitação a AGÊNCIA:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o ANUNCIANTE;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão, incorporação ou concurso de credores;
- c) que tenha sido declarada inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, Direta ou Indireta, Federal, Estadual ou Municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) que estiver reunida em consórcio.

7.3. Nenhuma LICITANTE poderá participar deste processo licitatório com mais de uma proposta.

7.4. A participação na presente licitação implica para a LICITANTE, tacitamente: a confirmação de que recebeu do CREFITO 13 o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1 desta Carta Convite e as informações necessárias à participação nesta licitação; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

7.5. A LICITANTE assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta Carta Convite, ressaltando-se que o ANUNCIANTE não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da LICITANTE apresentará à Comissão de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, na sessão programada para a entrega dos invólucros com as propostas técnica e de preços.

8.1.1. Quando a representação for exercida na forma de seus atos constitutivos, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, a fim de permitir que a Comissão de Licitação ateste sua autenticidade.

8.1.2. Caso o preposto da LICITANTE não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de documento que comprove o vínculo do preposto com a empresa que representa.

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

8.3. A documentação apresentada na sessão de recepção e abertura das propostas técnica e de preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as propostas técnica e de preços por meio de portador. Nesse caso, o

portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 2.1.1 deste Edital.

ENVELOPE Nº 1

8.5 – ENTREGA DO ENVELOPE DE HABILITAÇÃO

Para se habilitar, a LICITANTE deverá apresentar a Documentação na forma prevista:

8.5.1. Habilitação Jurídica:

a) cédula de identidade dos responsáveis legais da LICITANTE;

b) registro comercial, em caso de *empresa individual*; ou ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de *sociedades comerciais*, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de *sociedades por ações*; todos acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta licitação; ou inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de *sociedades civis*, acompanhada de prova da Diretoria em exercício.

8.5.2. Regularidade Fiscal:

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/MF;

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta licitação;

c) Prova de regularidade para com os seguintes órgãos:

c.1) INSS (Certidão Negativa de Débito)

c.2) FGTS (Certidão de Regularidade para com o FGTS)

c.3) Fazenda Federal (Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais ou Conjunta)

c.4) Fazenda Estadual (Certidão de Quitação de Tributos Estaduais)

c.5) Fazenda Municipal

c.6) Prova de regularidade trabalhista – CNDT

8.5.3.1. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

8.5.3. Qualificação Técnica:

a) ao menos uma declaração, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a LICITANTE prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta licitação;

b) cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º, caput, e seu § 1º, da Lei nº. 12.232, de 29/04/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

8.5.4. Qualificação Econômico-financeira:

a) Certidão Negativa de Falência, Concordata ou Recuperação Judicial expedida pelo Distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

8.6. A LICITANTE também deverá incluir no Envelope nº. 1 declaração de que a empresa não utiliza mão-de-obra direta ou indireta de menores, conforme disposições contidas na Lei Federal nº. 9.584, de 27/10/1999, de acordo com o modelo constante do Anexo V.

8.7. Se a LICITANTE tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a LICITANTE, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

8.8. Os documentos de habilitação serão recebidos e abertos após o julgamento das propostas técnica e de preço, na sessão pública estabelecida conforme item 2.1.

9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A proposta técnica deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada nos Envelopes números 2, 3 e 4.

ENVELOPE Nº. 2

9.1.1. No Envelope nº 2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que tratam o subitem 10.2.

9.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo ANUNCIANTE. Os demais envelopes devem ser providenciados pelas próprias licitantes.

9.1.1.1.1. O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada no seguinte endereço: Av. Noroeste (Orla Morena), nº 699, Bairro Amambaí, CEP: 79009-760 – Campo Grande (MS), das 08h00 às 17h00.

9.1.1.2. O Envelope nº 2 deverá estar FECHADO E SEM RUBRICA.

9.1.1.3. Para preservar, até a abertura do Envelope nº 3, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Envelope nº 2 **NÃO** poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ENVELOPE Nº. 3

9.1.2. No Envelope nº 3 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o subitem 10.3.

9.1.2.1. O Envelope nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº. 3

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Carta Convite nº. 03/2016

ENVELOPE Nº 4

9.1.3. No Envelope nº 4 deverão estar acondicionados os documentos referentes à **Capacidade de Atendimento e ao Repertório**, de que tratam os subitens 10.4 e 10.5.

9.1.3.1. O Envelope nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº. 4

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento e Repertório

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Carta Convite nº 03/2016

9.1.3.2. O Envelope nº.4 **NÃO** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 3.

9. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. A **Proposta de Preços** deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada no Envelope nº. 5.

ENVELOPE Nº 5

9.1.1. O Envelope nº 5 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº. 5
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Carta Convite nº 03/2016

10. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A LICITANTE deverá apresentar sua proposta técnica estruturada em 03 (três) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento e Repertório.

10.1.1. A proposta técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

10.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada ao qual se refere o item 10.1 composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

10.2.1. Raciocínio Básico: apresentação, pela LICITANTE, de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

10.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação, pela LICITANTE, das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo ANUNCIANTE, compreendendo:

a) dar início a um trabalho com a intenção maior de consolidar a imagem do Conselho junto à sociedade e, dessa forma, contribuir também para o fortalecimento da profissão de fisioterapeuta e terapeuta ocupacional.

b) parabenizar os fisioterapeutas e terapeutas ocupacionais pelo seu dia, comemorado em 13 de outubro.

c) ressaltar a importância do profissional fisioterapeuta e terapeuta ocupacional para as pessoas e também para as cidades.

10.2.3. Ideia Criativa: apresentação, pela LICITANTE, de campanha publicitária, contendo os seguintes produtos:

- 10 (dez) Busdoor (impressão e veiculação);
- 10 (dez) Outdoor (impressão e veiculação);
- Layout e arte final de peças publicitárias da campanha (folheto, panfleto, banner, outdoor, busdoor, canetas, agenda, anúncios).
- Editoração Eletrônica de Peças publicitárias para Mídias sociais (facebook, full banner, e-mail marketing, pop-up, anúncio de jornal e revista).
- Criação, edição, revisão e diagramação de revista para o ano de 2016 (24 páginas, incluindo a capa).
- Veiculação de spot/rádio 5 dias (8 inserções).

10.2.4. O roteiro para inserções deverá ser apresentado da seguinte forma:

- em papel A4, branco, com 75 g/m² a 90 g/m², orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;

- com textos justificados;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto e numeração de páginas em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 g/m² a 90 g/m², ambas em branco;
- sem identificação da licitante.

10.2.5. Os layouts de outdoor e anúncio de jornal deverão ser impressos em papel A3 branco, com 75 g/m² a 90 g/m².

10.2.6. O material do item anterior deverá ser produzido de acordo com as informações e objetivos apresentados pelo Conselho no Anexo I deste edital. O atendimento a esses objetivos será o principal meio de avaliação do material apresentado.

10.2.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia: constituída de:

a) apresentação em que a LICITANTE explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

10.2.7.1. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

10.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da LICITANTE, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

10.4. A LICITANTE deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com espiral preto colocado à esquerda, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.4.1. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 10.4 NÃO poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 3.

10.4.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

10.4.3. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a LICITANTE apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, 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 poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e 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.

REPERTÓRIO

10.5. A LICITANTE deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com espiral preto colocado à esquerda, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.5.1. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente NÃO poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 3.

10.5.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

10.5.3. O Repertório será constituído de materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela LICITANTE sendo, ao menos: a) três vídeos para televisão; b) três modelos de outdoor e c) três anúncios para jornal. Se a agência já tiver realizado trabalhos para outras categorias profissionais (Conselhos, entidades de classe) com objetivo de parabenizá-las pelo seu dia, pede-se que inclua esses materiais entre os selecionados para ilustrar seu repertório.

10.5.4. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

10.5.5. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 10.5, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em qualquer dos casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

10.5.6. Se a LICITANTE apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem

10.5.7. sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista.

10.5.8. Para cada peça e/ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da LICITANTE e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

11. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.1. O julgamento das Propostas Técnicas ficará a cargo da Comissão de Licitação, constituída em conformidade com o § 10º do art. 10 da Lei 12.232 de 29/04/2010.

11.2. Serão levados em conta, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

11.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

11.2.1.1. Raciocínio básico: a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel do ANUNCIANTE nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do ANUNCIANTE com seus públicos;
- c) das características do ANUNCIANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo ANUNCIANTE;
- f) das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

11.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do ANUNCIANTE e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do ANUNCIANTE com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação do ANUNCIANTE;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.

11.2.1.3. Ideia criativa:

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação do ANUNCIANTE;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela LICITANTE;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades do ANUNCIANTE e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

11.2.1.4. Estratégia de mídia e não mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do ANUNCIANTE;

- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

11.2.2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da LICITANTE em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a LICITANTE, esquematizado na proposta;

11.2.3. REPERTÓRIO

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a LICITANTE se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas.
- d) harmonia entre imagem e texto nas peças apresentadas

12. NOTA DA PROPOSTA TÉCNICA

12.1. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 70 (setenta) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.1.1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) Plano de Comunicação Publicitária: máximo de 50 pontos, assim distribuídos:

- a.1) Raciocínio Básico: 5 (cinco);
- a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 5 (cinco);
- a.3) Ideia Criativa: 25 (vinte e cinco);
- a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 5 (cinco).

b) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze).

c) Repertório: 15 (quinze).

12.2. A Comissão reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Comissão, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Comissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.4. A nota de cada LICITANTE corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

12.5. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a LICITANTE que obtiver a maior nota.

12.6. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a LICITANTE que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 11.2.1.1, 11.2.1.3 e 11.2.1.2.

12.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Licitação e para o qual serão convidadas todas as LICITANTES.

12.8. Será automaticamente desclassificada a empresa licitante que obtiver nota 0 (zero) em qualquer dos subitens deste Edital.

12.9. O somatório da pontuação máxima obtida pela empresa licitante constituir-se-á, assim, no fator "Pontuação Técnica" a ser considerado para o julgamento global da Proposta Técnica.

12.10. Finalizados os trabalhos desta fase, a Comissão de Licitação elaborará relatório com as notas atribuídas, em ordem decrescente, para divulgação, ocasião em que se dará ciência da pontuação obtida e classificação, ou não, das empresas, devolvendo à(s) desclassificada(s) o(s) respectivo(s) invólucro(s) nº 3 – Proposta de Preços, inviolado, passando, em seguida, à abertura dos invólucros relativos às Propostas de Preços das licitantes classificadas.

13. DA PROPOSTA DE PREÇO

13.1. A empresa Licitante deverá estruturar e apresentar a sua proposta de preços, em Envelope nº. 05, opaco, devidamente lacrado, com identificação externa da Licitação, razão social da Licitante, CNPJ, endereço, telefone, fax, além do texto “Proposta de Preços”.

13.2. A Proposta de Preços deverá indicar preços unitário e global dos serviços, expressos em R\$ (reais), em algarismo e por extenso, com duas casas decimais.

13.3. Os preços propostos abrangerão todas as despesas e custos da licitante que venham a incidir sobre os serviços, tais como taxas; impostos; tributos, exceto CSLL e IRPJ, conforme súmula do TCU n.º 254/2010; licenças; fretes; depreciações; mão-de-obra; materiais; encargos sociais básicos e sobre salários; tributos previdenciários, trabalhistas e comerciais; custos diretos e indiretos; incidências e taxas de reincidências; vale-transporte; equipamentos de proteção individual, ferramentas individuais; refeições; todos os adicionais de periculosidade e insalubridade; custos regulamentados em Lei e em atual Convenção Coletiva de Trabalho; honorários; todos os serviços de campo e de escritório; custos com deslocamentos, passagens, diárias e hospedagens; taxa de administração; lucro, etc., no preço apresentado em planilha acompanhada da composição não percentual.

13.4. Na elaboração da proposta de preços a Licitante não deve considerar qualquer benefício fiscal no âmbito da União, do Estado e do Município.

13.5. A Licitante deve considerar, por ocasião da elaboração da proposta de preços, o regime fiscal vigente no País.

13.6. Se o preço unitário e o preço global, indicados pelo Licitante, não corresponderem entre si, apenas o preço unitário será aceito, considerando a Comissão como preço global o valor total apurado na proposta, ou seja, o somatório de todos os itens unitários da planilha de preços apresentada.

13.7. Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital, inclusive financiamentos subsidiados ou a fundo perdido, preço ou vantagem baseados nas ofertas das demais licitantes.

13.8. Não se admitirá proposta que apresentar preços global ou unitário simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ainda que esta licitação não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade do próprio licitante, para os quais ele renuncie a parcela ou à totalidade da remuneração.

13.9. Todas as páginas da Proposta de Preços deverão conter identificação da empresa licitante e estar devidamente rubricadas pela proponente.

13.10. A Proposta de Preços deverá estar datada e assinada pelo proponente.

13.11. A Nota referente a Preços (NP), será analisada e julgada de acordo com os seguintes critérios:

13.11.1. À proponente que apresentar o menor preço será atribuída a nota máxima correspondente a 30 (trinta) pontos e às demais será concedida a nota em comparação com a melhor colocada;

13.11.2. Para atribuição de notas aos demais proponentes serão feitas divisões, usando como numerador sempre a proposta de menor preço e como denominador cada uma das propostas em análise, e o resultado obtido nesta divisão será multiplicado por 30 (trinta), ou seja, utilizar-se-á a razão matemática a seguir, admitindo-se o seu resultado com as duas primeiras casas decimais, desprezando-se as demais:

Pontos para PREÇO = (NP) = Menor preço ofertado X 30
Preço da Proposta em Análise

13.11.3. Será homologada como vencedora a proponente que tiver a melhor técnica e preço, em conformidade com as condições estabelecidas neste Edital.

Do Prazo de Validade da Proposta de Preços

13.12. A validade da proposta de preços é de 60 (sessenta) dias corridos, contados a partir da data de abertura das Propostas, prazo esse que poderá ser prorrogado desde que por mútuo acordo entre a Licitante e o CREFITO 13.

14. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

14.1. Os envelopes com as Propostas Técnicas (envelopes nº 2, 3 e 4) e as Propostas de Preços (envelope nº 5) serão entregues à Comissão de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário determinados no item 2 e respectivos subitens deste edital. Os representantes legais das licitantes, ou seus procuradores regularmente constituídos e presentes, assinarão a lista de presença, após o que será declarada aberta a sessão.

14.2. Os envelopes padronizados, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, não serão recebidos pela Comissão de Licitações no caso de apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar o licitante.

14.3. É vedado o lançamento de qualquer código, sinal ou marca nos envelopes padronizados ou nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

14.4. Recebidos os envelopes, a Comissão de Licitação abrirá os envelopes nº 2 (Proposta Técnica – Plano de Comunicação Via não Identificada) e envelope nº 4 (Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento e Repertório), respeitado o procedimento e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste, desclassificando-se as propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste instrumento, observado o disposto no subitem 9.1.1.

14.5. O envelope nº 2, aberto, e todo o seu conteúdo, será encaminhado separado para análise e julgamento em ato contínuo.

14.5.1. A Comissão procederá à análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada (envelope nº 2), respeitado o procedimento e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste, desclassificando-se as propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste instrumento, observado o disposto no subitem 9.1.1.

14.6. Após a conclusão do disposto no item anterior, o envelope nº 4, aberto, e todo o seu conteúdo, será separado para análise e julgamento em ato contínuo.

14.6.1. A análise individualizada e julgamento do Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento e Repertório (envelope nº 4), respeitado o procedimento e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste, desclassificando-se as propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste instrumento, observado o disposto no subitem 9.1.1.

14.7. Serão elaboradas duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes à Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento e Repertório com as pontuações, e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

14.8. Elaboradas as atas de julgamento, a Comissão de Licitações retomará a sessão pública para apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:

14.8.1. Abertura do Envelope 3 com a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

14.8.2. Cotejo entre as Vias Identificadas e as Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.

14.8.3. Verificação da Pontuação Total obtida pelas licitantes, considerados os dois Envelopes (2 e 4), para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista no item 12 deste edital, e desclassificação daqueles que não obtiverem a pontuação mínima exigida do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Envelopes 2 e 4).

14.8.4. Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica, obtendo-se a classificação dessa etapa, observado o disposto no item 12 deste edital.

14.8.5. Proclamação do resultado geral do julgamento da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem das classificadas.

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

14.9.1. Acaso todos os licitantes abram mão do prazo recursal, após o julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Permanente seguirá com o julgamento das Propostas de Preço.

14.9.2. Se algum dos licitantes declarar que não abre mão do prazo para interposição de recurso, observar-se-á o disposto no item seguinte.

14.10. Interposto e não provido eventual recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão de Licitações convocará sessão pública, com antecedência mínima de um dia útil, destinada à abertura do Envelope 4 com as Propostas de Preços dos licitantes classificados na fase anterior, adotando-se o procedimento e regras previstas no item 13, julgando-se, nessa mesma sessão, as Propostas de Preços e julgamento final das propostas.

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

14.10.2. Acaso todos os licitantes abram mão do prazo recursal, após o julgamento final das propostas, a Comissão Permanente seguirá a fim de avaliar a habilitação dos licitantes classificados.

14.11. Interposto e não provido eventual recurso contra o julgamento final das propostas a Comissão de Licitações apurará os vencedores nos termos do disposto no item 13 deste instrumento e convocará sessão pública, com antecedência mínima de um dia útil, destinada à apresentação do Envelope 5 – Documentos de Habilitação pelas LICITANTES classificadas no julgamento final das propostas, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e nesse Edital.

14.11.1. A avaliação dos documentos de habilitação será feita com base nas disposições previstas no item “7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO”, e no item “8.5. ENTREGA DO ENVELOPE DE HABILITAÇÃO” do Edital, sendo consideradas habilitadas as que atenderem a todas as exigências previstas nos referidos itens.

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

15. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

15.1. Observado o disposto no art. 109 da Lei 8.666/93, o licitante poderá apresentar recurso à autoridade competente do CREFITO 13, por intermédio da CPL, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos enumerados no citado dispositivo legal.

15.2. Interposto o recurso, uma cópia deste será encaminhada pela CPL a todos os licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da notificação dos licitantes, conforme parágrafo 3º art. 109 da Lei 8.666/93.

15.3. Quaisquer argumentos ou subsídios concernentes à defesa da licitante que pretender reconsideração total ou parcial das decisões deste Convite deverão ser apresentados por escrito, exclusivamente, anexando-os ao recurso próprio.

15.4. Os recursos deverão observar os seguintes requisitos:

- a) datilografados ou impressos e devidamente fundamentados;
- b) assinados por representante legal do licitante;
- c) protocolizados na recepção deste Conselho.

15.5. Os recursos interpostos fora do prazo não serão conhecidos.

16. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

16.1. Concluído os trabalhos de julgamento e classificação final das propostas apresentadas e obedecidos os prazos legais de recursos, ocorrerá a deliberação da Comissão de Licitação quanto à Homologação por parte do Presidente do CREFITO 13, e em seguida a Adjudicação, ato pelo qual a primeira empresa classificada será definida como vencedora do certame.

17. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

17.1. O objeto desta licitação correrá à conta de recursos próprios do CREFITO 13 - Orçamento/2016 provenientes da seguinte dotação orçamentária: 6.2.2.1.1.01.04.04.017 – Serviços de Divulgação, Propaganda e Publicidade.

18. DA FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO

18.1. O resultado do julgamento da Licitação será informado aos licitantes através de publicação no Diário Oficial da União.

18.2. O Objeto desta licitação será adjudicado a uma única licitante, obedecidos os critérios fixados no Edital e seus anexos.

18.3. A decisão da Comissão tornar-se-á definitiva após a sua adjudicação e homologação pela Autoridade Competente.

18.4. Após recebimento do ofício de convocação para celebrar o contrato, fixa-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para devolução desse instrumento assinado, prazo esse que, se não atendido, acarretará à Adjudicatária a perda do direito à contratação, além da aplicação das penalidades previstas no art. 81 da Lei Federal n. 8.666/93.

18.5. A empresa vencedora ficará responsável pela execução dos serviços abaixo listados:

- 10 (dez) Busdoor (impressão e veiculação);
- 10 (dez) Outdoor (impressão e veiculação);
- Layout e arte final de peças publicitárias da campanha (folheto, panfleto, banner, outdoor, busdoor, canetas, agenda, anúncios).
- Editoração Eletrônica de Peças publicitárias para Mídias sociais (facebook, full banner, e-mail marketing, pop-up, anúncio de jornal e revista).
- Criação, edição, revisão e diagramação de revista para o ano de 2016 (24 páginas, incluindo a capa).
- Veiculação de spot/rádio 5 dias (8 inserções).

O Anexo I deste edital contém todas as especificações referentes aos serviços, tais como quantidade e locais de veiculação dos materiais e um briefing completo do que a instituição almeja com a campanha publicitária.

19 - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

19.1. Disponibilizar ao CREFITO-13 um atendimento diferenciado em horário comercial ou após (quando solicitado);

- 19.2.** Executar, sempre que possível, diretamente o objeto da contratação, através de seus próprios meios e de profissionais que deverão possuir qualificação adequada ao tipo de serviço que estiver sendo realizado, conforme o estabelecido neste Termo de Referência;
- 19.3.** Entregar os serviços dentro dos prazos estabelecidos;
- 19.4.** Zelar pela perfeita execução dos serviços contratados;
- 19.5.** Apresentar, sempre que solicitado, o detalhamento dos serviços prestados;
- 19.6.** Comunicar, imediatamente por escrito, ao CREFITO-13 qualquer fato extraordinário ou anormal que ocorrer na execução do objeto contratado, independentemente de solicitação por parte da CONTRATANTE para adoção das medidas cabíveis;
- 19.7.** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos, ocorridos por culpa sua ou de qualquer de seus empregados e representantes indiretos (terceirização do serviço), obrigando-se, outrossim, por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais movidas por terceiros, que lhe venham a ser exigidas por força de lei, ligadas ao cumprimento dos serviços em tela neste Termo de Referência;
- 19.8.** Executar fielmente o objeto contratado, de acordo com as normas legais, verificando sempre o seu bom desempenho, realizando os serviços em conformidade com a proposta apresentada e nas orientações da CONTRATANTE, observando sempre os critérios de qualidade dos serviços a serem prestados;
- 19.9.** Assumir a responsabilidade por todos os encargos previdenciários e obrigações sociais previstos na legislação social e trabalhista em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, vez que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com a CONTRATANTE;
- 19.10.** Assumir, ainda, a responsabilidade pelos encargos fiscais e comerciais resultantes da celebração de contrato;
- 19.11.** Prestar os serviços com eficiência, competência e diligência, obedecendo ao disposto no contrato.

20 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

- 20.1.** Permitir acesso dos empregados da CONTRATADA às suas dependências para execução de serviços referentes ao objeto deste Termo, quando necessário.
- 20.2.** Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela CONTRATADA, com relação ao objeto deste contrato.
- 20.3.** Assegurar-se da boa prestação e qualidade dos serviços prestados.
- 20.4.** Proporcionar todas as facilidades necessárias ao bom andamento do serviço desejado.
- 20.5.** Acompanhar e fiscalizar o andamento dos serviços, por intermédio da Coordenação - Geral do CREFITO-13 ou por ele funcionário ou Departamento designado para tal função.
- 20.6.** Efetuar o pagamento nas condições e preços pactuados.

21 - DAS SANÇÕES PARA O CASO DE INADIMPLEMENTO

- 21.1.** Em caso de inadimplemento, a CONTRATADA estará sujeita às seguintes penalidades:
 - 21.1.1.** Advertência, por escrito, sempre que verificadas pequenas irregularidades para as quais haja concorrido, na quantidade máxima de 2 (duas), após poderá ocorrer multa ou suspensão do contrato;
 - 21.1.2.** Multa no valor de 5% (cinco por cento) do valor dos serviços, na hipótese de não manifestação no prazo de 48h quando recebido a convocação do CREFITO 13 para apresentar o serviço correspondente;
 - 21.1.3.** No caso de multa por excesso de advertências escritas ou inexecução parcial do contrato, esta será fixada entre 5% (cinco) e 15 % (quinze) do valor dos serviços.

22 - DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

22.1. O CREFITO 13 pagará à contratada o preço dos serviços efetivamente utilizados, nos termos da Proposta e Planilha de Formação do Preço, observadas as demais disposições da Carta Convite.

22.2. O pagamento será feito em até 10 (dez) dias úteis após a finalização dos serviços prestados, bem como entrega do material solicitado, em concordância com as normas estipuladas pelo CREFITO 13.

22.3. Após o devido processamento, o pagamento se dará através de cheque, depósito ou transferência do CREFITO 13 para conta da empresa contratada.

22.4. O pagamento será realizado, mediante comprovação da regularidade fiscal obrigatória (Receita Federal, Dívida Ativa da União, FGTS e INSS), devidamente atualizadas. O CREFITO 13 não responde por qualquer encargo resultante de atrasos na liquidação dos pagamentos correspondentes.

23 - PRAZO DE VIGÊNCIA E DA CONTRATAÇÃO:

23.1. O prazo de vigência do contrato será de 120 dias a contar da data de sua assinatura.

23.2. A contratação decorrente desta licitação será formalizada mediante a convocação do adjudicatário no prazo de 02 (dois) dias para a assinatura do contrato.

24 - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS:

24.1. O licitante vencedor ficará obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicialmente contratado, conforme preceitua o art. 65, § 1º da Lei 8.666/93.

24.2. Em caráter estritamente informativo, é facultado à Administração divulgar atos da licitação na sua página na internet (www.crefito13.org.br).

24.3. Os envelopes contendo os documentos de habilitação dos demais licitantes ficarão à disposição para retirada junto à Comissão de Licitação, na sede do CREFITO 13, na Av. Noroeste (Orla Morena), nº 699, Bairro Amambai, CEP: 79009-760 – Campo Grande (MS), das 08h00 às 17h00, pelo prazo de 30 (trinta) dias.

24.4. Os casos omissos da presente Carta Convite serão solucionados pelo Presidente da Comissão de Licitação.

24.5. O vencedor deverá, durante a execução contratual, manter as condições de habilitação apresentada na licitação.

24.6. Para dirimir quaisquer questões decorrentes da licitação, não resolvidas na esfera administrativa, será competente o foro da Justiça Federal Seção Judiciária de Mato Grosso.

24.7. A Carta Convite completa será disponibilizado para consulta e cópia na internet no endereço: www.crefito13.org.br, e ainda, poderá ser consultado e/ou retirado junto à Comissão de Licitação, local onde o Presidente da Comissão de Licitação, prestará todos os esclarecimentos solicitados pelos interessados nesta Carta Convite, estando disponível para atendimento nos dias úteis, das 08h às 17h horas.

Campo Grande (MS), 08 de agosto de 2016.

CARLOS ALEXANDRE XAVIER DA SILVA
Presidente da Comissão de Licitação do Conselho Regional de Fisioterapia
e Terapia Ocupacional da 13ª Região

ANEXO I

BRIEFING

No dia 13 de outubro é comemorado o Dia Nacional do Fisioterapeuta e do Terapeuta Ocupacional. A escolha da data foi em decorrência da aprovação do Decreto Lei nº 938/69, publicado na mesma data, regulamentando a profissão, apesar de não ser reconhecida por lei. Em janeiro de 2015, no entanto, o governo federal sancionou a Lei nº 13.084, que estabeleceu oficialmente a celebração da data em todo território nacional.

A propaganda, mesmo a comercial, não vende produtos ou serviços e sim desejos, ideias ou valores associados aos produtos ou serviços que se anuncia, logo, nos Conselhos de Classe, deve-se fazer publicidade, no sentido puro de “tornar público” os atos da Administração (não do administrador, porque a impessoalidade é um dos imperativos éticos que legitimam o uso de recursos públicos em campanhas de divulgação). Mais do que a sutileza semântica, aquela diferenciação é essencial para que a publicidade em Autarquias Profissionais atendam ao seu objetivo primordial, que é o de dar transparência aos efeitos da administração.

A comemoração das duas profissões se alinha à necessidade de tornar público essa data, para atingir não somente a classe profissional, como também o público usuário desses serviços de saúde essenciais de nossa sociedade, que por ventura não têm o devido reconhecimento perante sua importância.

A campanha

Do ponto de vista da Comunicação, um dos desafios mais importantes é a consolidação da imagem da instituição perante a sociedade. Muitas pessoas ainda desconhecem a existência do CREFITO, outros o confundem com o papel do Sindicato ou nem mesmo sabem as funções primordiais do Conselho.

Para superar essas questões, fazem-se necessários planejamentos de comunicação que integrem diversas ações, inclusive campanhas publicitárias. Além disso, o Conselho, em âmbito nacional, tem desenvolvido trabalhos voltados ao planejamento estratégico, que resultaram na definição de objetivos estratégicos a serem utilizados como norteadores das ações da instituição. Um desses objetivos é “assegurar a eficácia no relacionamento e comunicação com a sociedade”.

O objetivo desta campanha, para a qual contrataremos uma agência de publicidade, é dar início a um trabalho com a intenção maior de consolidar a imagem do Conselho junto à sociedade e, dessa forma, contribuir também para o fortalecimento da profissão.

A campanha será executada em outubro, por ocasião do dia do fisioterapeuta e terapeuta ocupacional (13/10), mas, além de parabenizar o profissional, o projeto carrega consigo a proposta de ser um começo no processo de consolidação da imagem do Conselho, como foi dito no parágrafo anterior.

Para isso, a área de Comunicação do Conselho desenvolveu um plano de comunicação, um instrumento de gestão fundamental para que o órgão possa atingir suas metas. Dentro desse plano, a campanha voltada ao “dia do fisioterapeuta e terapeuta ocupacional” foi pensada de maneira objetiva, estratégica e de acordo com o atual aporte financeiro que está à disposição do CREFITO 13 para concretizar esse projeto.

ANEXO II

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU
EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 018/2016
CARTA CONVITE Nº 02/2016**

A Empresa _____ inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a) _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____, expedida pela SSP/_____ e de CPF nº _____, DECLARA, para fins do disposto no Edital Pregão Presencial nº _____, sob as sanções administrativas cabíveis e sob pena da Lei, que esta empresa, na presente data, é considerada:

- () MICROEMPRESA, conforme inciso I, art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006
() EMPRESA DE PEQUENO PORTE, conforme inciso II, art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006

(localidade) _____, _____ de _____ de _____

nome do representante legal da empresa

OBS: A declaração acima deverá ser assinalada com um "X", ratificando-se a condição jurídica da empresa licitante, e apresentada fora dos envelopes de proposta de preços e habilitação. Deverá ser entregue à Pregoeira para que a empresa usufrua dos privilégios da Lei Complementar nº 123/2006.

ANEXO III

**MODELO DE DECLARAÇÃO EM CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO
ARTIGO 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL**

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 018/2016
CARTA CONVITE Nº 02/2016**

A empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal, Sr. (a) _____ portador (a) da Carteira de Identidade nº _____ CPF nº _____. DECLARA, para fins do disposto no inciso V, do art. 27, da Lei 8.666/93, acrescido pela Lei 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz
() sim () não

_____, em ____ de _____ de _____.

Representante Legal da Empresa

(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)

TABELA PARA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

Especificações	Quantidade (s)
Busdoor (layout, arte final, impressão e veiculação);	10 (dez)
Outdoor (layout, arte final, impressão e veiculação);	10 (dez)
Layout e arte final de FOLHETO ;	1 (um)
Layout e arte final de PANFLETO ;	1 (um)
Layout e arte final de BANNER ;	1 (um)
Layout e arte final de CANETA ;	1 (uma)
Layout e arte final de AGENDA ;	1 (uma)
Layout e arte final de ANÚNCIOS ;	2 (dois)
Editoração Eletrônica das peças publicitárias para as mídias sociais (facebook, full banner, e-mail marketing, pop-up, anúncio de jornal e revista);	-
Criação, edição, revisão e diagramação da REVISTA para o ano de 2016 (24 páginas, incluindo a capa).	1 (uma)
Veiculação de SPOT/RÁDIO (5 dias - 8 inserções)	1 (uma)