Processo Administrativo nº 14.09.029 – ADM

CARTA CONVITE Nº 03/2014
EDITAL RETIFICADO

OBJETO: Contratação de agência publicitária para a prestação de serviços de publicidade, destinados à realização de campanha em homenagem ao "Dia do Arquiteto e Urbanista", comemorado em 15 de dezembro, conforme especificações referentes aos serviços, contidas no Anexo I – "Briefing para campanha referente ao Dia do Arquiteto e Urbanista 2014".

MODALIDADE DA LICITAÇÃO: Convite

TIPO DA LICITAÇÃO: Melhor Técnica e Preço

RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS: A partir das 14h00 (horário local) do dia 27 de outubro de 2014.

ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA: Às 14h00 (horário local) do dia 27 de outubro de 2014.

LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA: Avenida Historiador Rubens de Mendonça, nº 2.368, Edifício Top Tower, 1º andar, salas 101, 102 e 103 – Bairro Bosque da Saúde – Cuiabá – Mato Grosso.

DOCUMENTOS INTEGRANTES DESTE EDITAL

Briefing (Anexo I);

Modelo de declaração de cumprimento das condições de habilitação para ME e EPP (Anexo II);

Modelo de declaração de inexistência de menor trabalhador, conhecimento do Edital e de inexistência de fatos impeditivos (Anexo III);

Modelo de termo de credenciamento (Anexo IV);

Modelo de proposta comercial (Anexo V);

Minuta do contrato (Anexo VI).

INFORMAÇÕES SOBRE A LICITAÇÃO: O edital está disponível no sítio do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Estado de Mato Grosso - CAU-MT: www.caumt.org.br, onde serão disponibilizadas todas as informações alusivas ao presente certame licitatório.

CARTA CONVITE Nº. 03/2014

1. DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

1.1. O Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Mato Grosso (CAU/MT), autarquia federal criada mediante a Lei nº. 12.378, de 31/12/2010, com sede na Av. Historiador Rubens de Mendonça, nº 2.368, Edifício Top Tower, 1º andar, salas 101, 102 e 103 – Bosque da Saúde, CEP: 78.050-000 – Cuiabá-MT, por meio de sua Comissão Permanente de Licitação (CPL), designada pela portaria nº 10, de 09 de junho de 2014, torna público que realizará licitação na modalidade Convite, do tipo melhor técnica e preço, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, que desenvolverá uma campanha específica para o Dia do Arquiteto e Urbanista, a ser comemorado em 15 de dezembro de 2014. O objeto desta Carta Convite está de acordo com o processo administrativo nº 14.09.029.

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, Lei Complementar 123/2006 e alterações posteriores, bem como, as disposições deste Edital.

2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

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

2.1.1. Dia e hora da entrega e abertura dos envelopes: 27/10/2014, às 14 horas (horário local). Local: Av. Historiador Rubens de Mendonça, nº 2.368, Edifício Top Tower, 1º andar, salas 101, 102 e 103 – Bosque da Saúde, CEP: 78.050-000 – Cuiabá-MT.

2.1.2. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto na legislação e neste Edital, especialmente em seus itens 8 e 14.

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

3. OBJETO

3.1. O objeto da presente Licitação é a prestação de serviços de publicidade, destinados à realização de campanha em homenagem ao "Dia do Arquiteto e Urbanista", comemorado em 15 de dezembro. Para que a campanha seja realizada, o Conselho necessita dos serviços de uma agência publicitária para:
a) criar, produzir e veicular um vídeo de trinta segundos, que será exibido em emissora de televisão;
b) criar layout de outdoor institucional, produzir dezesseis placas de outdoor e veicular as mesmas; c) criar e veicular anúncio institucional para jornal (meia página).
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.

3.1.1. É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 3.1, 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.

3.2. 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 Carta Convite 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 de que trata o subitem 3.1, e de veículos de divulgação, para a compra de tempo e/ou espaços 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. Historiador Rubens de Mendonça, nº 2.368, Edifício Top Tower, 1º andar, salas 101, 102 e 103 – Bosque da Saúde, CEP: 78.050-000 – Cuiabá-MT, das 13h às 17h.

4.2. Será gratuita a retirada desta Carta Convite no site oficial do órgão: www.caumt.org.br

5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1. Esclarecimentos sobre este processo serão prestadas pela Comissão Permanente 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 licitacao@caumt.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 Permanente 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.caumt.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 13h às 17h, na Av. Historiador Rubens de Mendonça, nº 2.368, Edifício Top Tower, 1º andar, salas 101, 102 e 103 – Bosque da Saúde, CEP: 78.050-000 – Cuiabá-MT.

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 CAU/MT 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, ressalvado 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 CPL 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 CPL 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 Permanente 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

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

8.5.2. Habilitação Jurídica:
a) cédula de identidade dos responsáveis legais da LICITANTE;
b) registro comercial, em caso de empresa individual;
c) 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;
c.1) os documentos mencionados na alínea “c” deverão estar 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;
d) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da Diretoria em exercício.

8.5.3. 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.

8.5.4. 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).

8.5.5. 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;
a.1) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.
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 CPL 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. Historiador Rubens de Mendonça, nº 2.368, Edifício Top Tower, 1º andar, salas 101, 102 e 103 – Bosque da Saúde, CEP: 78.050-000 – Cuiabá-MT., no período compreendido entre 13h e 17h, de segunda a sexta.

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. 03/2014

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 03/2014

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 CPL 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 03/2014

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 arquiteto e urbanista.

b) parabenizar os arquitetos e urbanistas pelo seu dia, comemorado em 15 de dezembro.

c) ressaltar a importância do profissional arquiteto e urbanista para as pessoas e também para as cidades.

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

a) roteiro para VT de 30 segundos em homenagem ao Dia do Arquiteto e Urbanista
b) layout de outdoor institucional
c) layout de anúncio para jornal (meia página)

10.2.4. O roteiro para VT 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 10.5.3, 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.

10.5.7. 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 Permanente de Licitação, constituída em conformidade com o § 10º do art. 10 da Lei 12.232 de 29/04/2010, que será assessorada por uma Subcomissão Técnica, formada por 03 (três) profissionais da área de Comunicação, escolhidos por sorteio em sessão pública.

11.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, 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 das:

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).

12.1.2. Por se tratar de um edital destinado a contratar uma agência para realizar uma campanha específica, o CAU/MT já apresenta no briefing (Anexo I) o plano de comunicação completo, incluindo as peças que devem ser desenvolvidas pelas empresas. Dessa forma, para obter as notas máximas nos itens raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária e estratégia de mídia e não mídia basta que a empresa apresente esses materiais dentro das características atribuídas no item 11.2.1.

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.

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

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

12.8. 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.

12.9. Finalizados os trabalhos desta fase, a Comissão Permanente 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 APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

13.1. A Proposta de Preços da LICITANTE deverá ser:

a) apresentada em papel que identifique a LICITANTE, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 13.2 e 13.3, por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

c) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 13.2 e 13.3.

13.2. A LICITANTE deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo V.

13.3. A LICITANTE deverá elaborar declaração na qual:

a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelo ANUNCIANTE:

a.1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

a.2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.

b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao ANUNCIANTE as vantagens obtidas.

c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no item 4.13. e subitens da minuta de contrato (Anexo VI).

13.4. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da LICITANTE e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

13.5. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA deve considerar a cessão dos respectivos direitos patrimoniais por tempo prazo de 05 (cinco) anos para o CONTRATANTE.

13.6. A CONTRATADA NÃO deve fazer constar ou destacar na proposta de preços, os custos de produção, 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 patrimoniais de autor e conexos. Todos esses custos devem estar incluídos no valor global da proposta.

13.7. 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 a CAU/MT.

14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS, DO PROCESSAMENTO E DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

14.1. As Propostas de Preços das LICITANTES classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

14.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a prestação dos serviços.

14.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo V, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666, de 21/06/1993, **NÃO** será aceito:

a) desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **NÃO** proporcione à LICITANTE o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº. 4.680, de 18/06/1965.

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

14.4. A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

14.4.1. A Comissão Permanente de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/ Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea “a” do subitem 14.3	Desconto igual a 50%: P1 = 0

	Desconto superior a 50%: P1 = 0,1 x desconto Pontuação máxima: 10 pontos
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea “b” do subitem 14.3	Honorário igual a 15%: P2 = 0 Honorário inferior a 15%: P2 = 1,0 X (15 – honorário) Pontuação máxima: 10 pontos
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea “c” do subitem 14.3	Honorário igual a 10%: P3 = 0 Honorário inferior a 10%: P3 = 1,0 x (10 – honorário) Pontuação máxima: 5 pontos
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos “desconto” e “honorários” serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos à Valoração, sem o símbolo %.	

14.4.2. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.4, como segue: P = P1 + P2 + P3, perfazendo um total máximo de 25 (vinte e cinco) pontos.

14.4.3. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

14.4.3.1. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **NÃO** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.

c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

14.5. O **Processamento e Julgamento das propostas Técnica e de Preços** estão descritos nos itens a seguir:

14.5.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços deste convite será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº. 8.666, de 21/06/1993, para o tipo melhor técnica e preço.

14.5.2. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a LICITANTE que obtiver a maior pontuação na nota final, calculada através da soma da nota final da proposta técnica com a nota de preço, conforme a seguinte expressão:

NF = Nota Final da Proposta técnica + Nota de Preço

14.5.3. Em caso de empate, proceder-se-á a sorteio público, em data designada pela Comissão Permanente de Licitação, para o qual serão convidadas todas as LICITANTES.

14.5.4. Os envelopes com as Propostas Técnicas (envelopes nº 2, 3 e 4) e as Propostas de Preços (envelope nº 5) serão entregues à Comissão Permanente 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.

> **14.5.4.1.** É vedada a participação na sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

14.5.5. 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.

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

14.5.7. 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.

14.5.8. O envelope nº 2, aberto, e todo o seu conteúdo, será encaminhado à Subcomissão Técnica para análise e julgamento em ato contínuo.

> **14.5.8.1.** A Subcomissão Técnica procederá à análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada (envelope nº 2), respeitado o proce-

dimento 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.

14.5.9. Após a conclusão do disposto no item anterior, o envelope nº 4, aberto, e todo o seu conteúdo, será encaminhado à Subcomissão Técnica para análise e julgamento em ato contínuo.

14.5.9.1. A Subcomissão Técnica procederá à 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.

14.5.10. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes à Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento e Repertório e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Permanente de Licitações, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações, e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

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

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

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

14.5.11.3. Verificação da Pontuação Total obtida pelas licitantes, considerados os dois **Envelopes (2 e 4)**, julgados pela Subcomissão Técnica, 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).

14.5.11.4. 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.

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

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

14.5.12.1. 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

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

14.5.13. 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 neste item e no item 13, julgando-se, nessa mesma sessão, as Propostas de Preços e julgamento final das propostas.

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

14.5.13.2. 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.

14.5.14. Interposto e não provido eventual recurso contra o julgamento final das propostas a Comissão de Licitações apurará os vencedores nos termos do disposto neste item 14. 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.

14.5.14.1. 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.

14.5.15. 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 CAU/MT, 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 Permanente de Licitação quanto à Homologação por parte do Presidente do CAU/MT, 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 CAU/MT - Orçamento/2014, provenientes da seguinte dotação orçamentária: 6.2.2.1.1.01.04.02.004 – Atividades Rotineiras do Departamento de Comunicação.

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. 8666/93.

DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS

18.5. A empresa vencedora ficará responsável pela execução dos serviços abaixo listados:
a) criar, produzir e veicular um vídeo de trinta segundos, que será exibido em emissora de televisão;
b) criar layout de outdoor institucional, produzir dezesseis placas de outdoor e veicular as mesmas;
c) criar e veicular anúncio institucional para jornal (meia página).
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.

OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

18.6 Entregar os serviços conforme declarado na proposta vencedora com presteza e pontualidade, qualidade, ética profissional, em conformidade com os termos e prazos estabelecidos neste Edital e no Contrato.

18.7. Fornecer as devidas Notas Fiscais ou equivalente, nos termos da lei.

18.8. Arcar com eventuais prejuízos causados ao licitante e/ou a terceiros, provocados por negligência ou irregularidade cometida por seus empregados ou prepostos envolvidos na prestação dos serviços.

18.9. Manter todas as condições de habilitação jurídica, fiscal, trabalhista e qualificação técnica, que ensejaram a sua contratação, durante toda a vigência do Contrato, sob pena de retenção dos valores, até sua regularização, sem ônus para o Contratante, bem como a aplicação das demais penalidades.

18.10. Entregar a documentação solicitada quanto à regularidade jurídica, fiscal, trabalhista e qualificação técnica, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, sob pena de retenção de pagamentos**.**

18.11. Solicitar todas as informações para a correta realização dos serviços.

18.12. Ao término dos serviços, entregar o trabalho, devidamente assinado e lacrado ao CAU/MT.

18.13. É vedado o fornecimento de qualquer relatório, documento e/ou informação a terceiros.

18.14. Prestar os serviços com profissionais qualificados.

18.15 Entregar, até o dia 5 de dezembro de 2014, na sede do CAU/MT, os produtos finalizados ao Conselho de Arquitetura e Urbanismo, gravados em cd ou dvd. A agência ainda deverá apresentar ao CAU, no dia 28 de novembro de 2014, às 15 horas, uma prévia dos materiais, para análise dos conselheiros e equipe de Comunicação da instituição.

OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

18.16. Informar à contratada toda e qualquer ocorrência relacionada com a execução dos serviços, diligenciando nos casos que exigem providências corretivas;

18.17. Fiscalizar e acompanhar a execução dos serviços;

18.18. Proporcionar à contratada todas as informações pertinentes ao pleno cumprimento das obrigações decorrentes do contrato a ser firmado;

DAS SANÇÕES PARA O CASO DE INADIMPLEMENTO

18.19. Em caso de inadimplemento, a CONTRATADA estará sujeita às seguintes penalidades:

18.20. 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;

18.21. Multa no valor de 5% (cinco por cento) do valor dos serviços, na hipótese da não manifestação no prazo de 48h quando recebido a convocação do CAU/MT para apresentar o serviço correspondente;

18.22. 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.

DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

18.23. O CAU/MT 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;

18.24. 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 Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Estado de Mato Grosso – CAU/MT.

18.25. Após o devido processamento, o pagamento se dará através de cheque, depósito ou transferência do CAU/MT para conta da empresa contratada.

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

PRAZO DE VIGÊNCIA E DA CONTRATAÇÃO:

18.27. O prazo de vigência do contrato será de 90 dias a contar da data de sua assinatura.

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

19. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS:

19.1. 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.

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

19.3. Os envelopes contendo os documentos de habilitação dos demais licitantes ficarão à disposição para retirada junto à Comissão de Licitação, na sede do CAU/MT, na Av. Historiador Rubens de Mendonça, 2368, bairro Bosque da Saúde, Ed. Top Tower, 1º andar, sala 102, Cuiabá - MT, pelo prazo de 30 (trinta) dias.

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

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

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

19.7. A Carta Convite completa será disponibilizado para consulta e cópia na internet no endereço: www.caumt.org.br, e ainda, poderá ser consultado e/ou retirado junto à Comissão de Licitação do CAU/MT, na Av. Historiador Rubens de Mendonça, 2368, bairro Bosque da Saúde, Edificio Top Tower, 1º andar, sala 102, Cuiabá - MT, local onde o Presidente da Comissão Permanente de Licitação, prestarão todos os esclarecimentos solicitados pelos interessados nesta Carta Convite, estando disponível para atendimento nos dias úteis, das 13h às 17h horas, ou pelo fone/fax: (65) 3028-4652.

Cuiabá/MT, 20 de outubro de 2014.

_____

WALLACE FONSECA FERREIRA LEITE
Presidente da Comissão Permanente de Licitação do
Conselho de Arquitetura e Urbanismo do
Estado de Mato Grosso – CAU/MT.

ANEXO I

Briefing para campanha referente ao Dia do Arquiteto e Urbanista 2014

Apresentação

O Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR) e os Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal (CAU/UF) foram criados pela Lei nº 12.378, de 31 de dezembro de 2010, que regulamenta o exercício da Arquitetura e Urbanismo no país. De acordo com a lei, o CAU é uma autarquia dotada de personalidade jurídica de direito público, e tem por função "orientar, disciplinar, fiscalizar o exercício da profissão de arquitetura e urbanismo e zelar pela fiel observância dos princípios éticos em todo território nacional, além de pugnar pelo aperfeiçoamento do exercício da arquitetura e urbanismo" (artigo 24, § 1º, da Lei 12.378/2010).

A criação do Conselho é uma conquista histórica para a categoria, pois representa uma maior autonomia e representatividade para a profissão. Até 2010, os arquitetos integravam o sistema Crea/Confea (Conselho Federal de Engenharia e Agronomia), hoje a categoria possui uma entidade própria para garantir o bom exercício da profissão, de acordo com as determinações legais.

Em Mato Grosso, o CAU é formado por nove conselheiros titulares e seus respectivos suplentes, além de dois conselheiros federais que atuam como representantes no CAU/BR. Os conselheiros são escolhidos por meio de processo eleitoral realizado pela internet, no qual todos os arquitetos e urbanistas registrados na instituição têm direito a voto. Os eleitos estarão à frente do Conselho pelo período de três anos. Em novembro de 2014, os arquitetos de todo o Brasil participarão de mais uma eleição, que resultará na escolha daqueles que representarão o CAU entre 2015 e 2017.

Mapa estratégico do CAU/MT

A campanha

Diante de sua recente criação, o Conselho de Arquitetura e Urbanismo está diante de muitos desafios. 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 CAU, outros o confundem com o Crea ou nem mesmo sabem que os arquitetos possuem hoje uma entidade própria, que não está mais ligada aos engenheiros.

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 dezembro, por ocasião do dia do arquiteto e urbanista (15/12),

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 arquiteto" foi pensada de maneira objetiva, estratégica e de acordo com o atual aporte financeiro que está à disposição do CAU para concretizar esse projeto.

A campanha deverá ser estruturada em três vertentes:

- Criação, produção e veiculação de VT para televisão

Este material terá 30 segundos de duração e será veiculado na TV Centro América, entre os dias 13 e 15 de dezembro, de acordo com o seguinte plano de veiculações:

TVCA Cuiabá – 7 veiculações (sendo uma no dia 13, duas no dia 14 e quatro no dia 15)
TVCA Sinop – 7 veiculações (sendo uma no dia 13, duas no dia 14 e quatro no dia 15)
TVCA Rondonópolis – 7 veiculações (sendo uma no dia 13, duas no dia 14 e quatro no dia 15)
TVCA Tangará da Serra – 7 veiculações (sendo uma no dia 13, duas no dia 14 e quatro no dia 15)

Mapa de veiculações sugerido:

13 de dezembro – intervalo do programa Atualidades
14 de dezembro – intervalos dos programas Esquenta e Fantástico
15 de dezembro – intervalos dos programas Bom dia Brasil, MTTV 1ª edição, MTTV 2ª edição e Novela Império.

- Criação, produção e veiculação de Outdoors

A campanha será constituída por 16 outdoors, veiculados preferencialmente entre 8 e 22 de dezembro de 2014, e que serão distribuídos da seguinte forma:

Cuiabá – 05 unidades
Várzea Grande – 02 unidades
Rondonópolis – 02 unidades
Sinop – 02 unidades
Sorriso – 01 unidade
Lucas do Rio Verde – 01 unidade
Primavera do Leste – 01 unidade
Tangará da Serra – 01 unidade
Barra do Garças – 01 unidade

As oito cidades citadas acima possuem mais de 80% do total de arquitetos de Mato Grosso, segundo informações do banco da dados do CAU/MT.

- Criação de anúncio comemorativo para jornal

Criar e veicular, no dia 15 de dezembro, anúncio de meia página no caderno de economia do Jornal A Gazeta.

Dia do Arquiteto e Urbanista

A resolução nº 08/2011, do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR), estabelece que o Dia Nacional do Arquiteto e Urbanista será comemorado no dia 15 de dezembro, em homenagem ao arquiteto Oscar Niemeyer, que nasceu nessa data.

O arquiteto e urbanista

Arquiteto e urbanista é um profissional de formação superior, e reconhecido pelo Ministério do Trabalho de acordo com a Lei Federal nº 5184/1966. Sua formação se dá através dos cursos de arquitetura e urbanismo que tem duração de cinco anos, onde são abordados temas com, história da arte, história da arquitetura e do urbanismo, representação gráfica, informática, resistência dos materiais, construção, planejamento urbano, projeto de edificações, conforto ambiental, paisagismo, arquitetura de interiores, entre outros.

No Brasil, as primeiras escolas de arquitetura originaram-se nos cursos de Belas Artes (Rio de Janeiro) e engenharia (São Paulo). Atualmente existem mais de 140 escolas e cursos de arquitetura espalhados pelo Brasil.

As atividades e atribuições do arquiteto e urbanista estão previstas na resolução nº 21 do CAU/BR, publicada em 2012. De acordo com o artigo 2º, parágrafo único, dessa resolução, as atribuições de que trata o artigo aplicam-se aos seguintes campos de atuação:

I - de Arquitetura e Urbanismo, concepção e execução de projetos;
II - de Arquitetura de Interiores, concepção e execução de projetos;
III - de Arquitetura Paisagística, concepção e execução de projetos para espaços externos, livres e abertos, privados ou públicos, como parques e praças, considerados isoladamente ou em sistemas, dentro de várias escalas, inclusive a territorial;
IV - do Patrimônio Histórico Cultural e Artístico, arquitetônico, urbanístico, paisagístico, monumentos, restauro, práticas de projeto e soluções tecnológicas para reutilização, reabilitação, reconstrução, preservação, conservação, restauro e valorização de edificações, conjuntos e cidades;
V - do Planejamento Urbano e Regional, planejamento físicoterritorial, planos de intervenção no espaço urbano, metropolitano e regional fundamentados nos sistemas de infraestrutura, saneamento básico e ambiental, sistema viário, sinalização, tráfego e trânsito urbano e rural, acessibilidade, gestão territorial e ambiental, parcelamento do solo, loteamento, desmembramento, remembramento, arruamento, planejamento.

Uma das preocupações do Conselho de Arquitetura e Urbanismo, ao promover uma campanha como essa, para parabenizar os profissionais, é justamente **não contribuir para a disseminação de esteriótipos** que acompanham a profissão e que, muitas vezes, fazem com que o arquiteto seja visto como um profissional que está preocupado apenas com questões estéticas. Essa não é a imagem de profissional que o CAU deseja difundir.

Além disso, outra preocupação do CAU é que a campanha não reforce a ideia de que Arquitetura é uma “carreira de elite”. Esse não é o objetivo da profissão, o que pode ser percebido ao analisar os campos de atuação citados acima. Portanto, um dos cuidados que deve ser observado no

processo de criação e produção dos materiais publicitários é justamente não reforçar a ideia da arquitetura vista como profissão de elite, distante da realidade social.

A área de Comunicação do CAU/MT conversou com alguns conselheiros da instituição, com o objetivo de ouvir deles o que pensam sobre arquitetura e urbanismo e de que forma eles gostariam que o profissional fosse representado. Listamos aqui algumas observações que podem auxiliar as agências a alcançar o objetivo esperado pelo CAU:

- A atuação do arquiteto não está relacionada apenas à estética. A estética é um meio, mas não é um fim.
- O arquiteto não é apenas alguém que faz representações gráficas, mas um profissional que utiliza o seu trabalho para comunicar uma ideia.
- O arquiteto é um profissional que dialoga com a cidade, com os bairros, com a comunidade e seus habitantes.
- Para fazer uma arquitetura inovadora, é fundamental conhecer as tradições e a arquitetura do passado.
- A arquitetura trabalha com uma perspectiva de futuro, sem deixar de lado as referências do passado.
- A arquitetura carrega consigo o poder de mudar vidas, pois quando as pessoas vivenciam os espaços, elas vivenciam a própria arquitetura e, nesse processo, mudam suas percepções e visões de mundo.
- A arquitetura é uma forma de transcendência.
- Não se pode esquecer que a arquitetura não está sozinha. Ela caminha lado a lado com o Urbanismo, que está relacionado ao estudo, regulação, controle e planejamento das cidades. Dessa forma, o arquiteto e urbanista é uma profissional de grande importância para que possamos ter cidades melhores.
- Fala-se muito em planejamento urbano nos dias de hoje e muitas pessoas não compreendem o quanto o arquiteto é importante nesse processo de formação e desenvolvimento das cidades.

Textos para referência

1 - Perspectivas e desafios para o jovem arquiteto no Brasil. Qual o papel da profissão?

João Sette Whitaker Ferreira, professor de Arquitetura da USP

Em sua edição de setembro de 2010, a revista AU – Arquitetura e Urbanismo, com a qualidade que sempre a caracteriza, nos apresentou 25 jovens arquitetos em destaque, que “devem ser os profissionais mais representativos do Brasil nas próximas duas décadas”.

A reportagem estimula uma reflexão mais aprofundada. Não sobre a qualidade dos profissionais escolhidos, evidentemente, todos de indiscutível talento. Mas sobre a lógica que serve para parametrizar o que se considera hoje, no Brasil, um “arquiteto” e, mais ainda, um arquiteto cujo sucesso profissional sirva para representar a profissão. Não se trata aqui de questionar o excelente trabalho da revista, e menos ainda a qualidade admirável do trabalho desses jovens.

A questão que coloco neste artigo é que a brilhante produção de alguns escritórios de arquitetura – cujo foco de atuação é bastante restrito ao reduzido mercado da construção civil que (ainda?) se vale da arquitetura – não deve ser o único aspecto de representatividade do que seja o “sucesso” na profissão. Há uma necessidade premente de iluminar também uma outra face da arquitetura e do urbanismo, menos vistosa, menos evidente e menos festejada, mas cuja importância é

fundamental para tirar a profissão do complexo impasse em que se encontra.

Em outras palavras, cabe a questão: não seria hora de revermos nossos ideais de sucesso profissional, que no Brasil parecem reduzir a questão tão somente a uma arquitetura autoral – por vezes excelente – destinada quase que invariavelmente aos estratos sociais de alta renda? Pois, em que pesem exceções (1), não há como negar que é esse o perfil que aparece, nitidamente e majoritariamente, quando percorremos o que se considera a atual produção arquitetônica "de sucesso" no nosso país. O que fez um colega arquiteto europeu tecer-me o seguinte comentário, não isento de razão: "a arquitetura brasileira é fenomenal, mas aparece para nós como uma arquitetura apenas de casas chiques, e quando não, de prédios habitacionais e comerciais de luxo".

Esta espécie de endeusamento da arquitetura autoral de talento genial limita o horizonte de perspectivas dos nossos estudantes e lhes apresenta como única alternativa um mundo de alta competitividade, angustiante, no qual aparentemente alcançará o sucesso apenas um pequeno grupo de eleitos.

Tal postura não é uma característica nossa, no Brasil, mas da arquitetura em geral. A glorificação de alguns grandes nomes da arquitetura mundial, que formam uma espécie de invejado jet-set da profissão, alimenta ainda mais o fenômeno. Curiosamente, grandes nomes da arquitetura nacional recentemente manifestaram publicamente seu temor face à "invasão" do nosso mercado por parte desses papas da profissão, quando na verdade essa é apenas a conseqüência de uma lógica que eles mesmos sempre ajudaram a alimentar.

Além do mais, o festejo em torno da produção autoral, por natureza competitiva, acaba por esconder uma maioria de profissionais de escritórios, com produção significativa, que batalha arduamente para sobreviver dignamente com a profissão da arquitetura, mas que esse funil seletivo não colocou no olimpo dos "grandes arquitetos". Por mais que se queira, a avaliação do que é digno ou não de estar nesse altar não tem como não carregar uma forte dose de subjetivismo.

Para ler mais, acesse: http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/12.133/3950

Prazo de entrega do trabalho

A agência vencedora do certame terá até o dia 05 de dezembro de 2014 para apresentar os produtos finalizados ao Conselho de Arquitetura e Urbanismo. A agência ainda deverá apresentar ao CAU, no dia 28 de novembro de 2014, uma prévia dos materiais, para análise dos conselheiros e equipe de Comunicação da instituição.

ANEXO II

Declaração de Cumprimento das Condições de Habilitação para Microempresas e Pequenas Empresas

Ao
Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Estado de Mato Grosso – CAU/MT
Ref.: CARTA CONVITE Nº 03/2014

Prezados Senhores,

Declaramos sob as penas da lei, que esta empresa é uma microempresa/empresa de pequeno porte, nos termos da legislação vigente, e que não há nenhum dos impedimentos previsto nos incisos do § 4º, do artigo 3º, da Lei Complementar nº 123/06, de modo que cumprimos plenamente com os requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

_____ , ____ de _____ de _____.

_____

(Empresa e assinatura do responsável legal).
Obs: Este documento deverá ser emitido em papel timbrado.

ANEXO III

Declaração de Inexistência de Menor Trabalhador, Conhecimento do Edital e de Inexistência de Fatos Impeditivos

Ao
Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Estado de Mato Grosso – CAU/MT
Ref.: CARTA CONVITE Nº 03/2014

A empresa _____, sediada na_____ telefone_____ fax_____ e-mail_____, por intermédio de seu representante legal, infra-assinado, e para os fins do CARTA CONVITE nº 03/2014, DECLARA expressamente, sob as penalidades cabíveis, que:

a) Não possui em seu quadro de pessoal empregado(s) com menos de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de 16 (dezesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal de 1998 (Lei nº 9.854/99).

b) Detém conhecimento de todas as informações contidas neste edital e em seus anexos, e que a sua proposta atende integralmente aos requisitos constantes do edital supra.

c) Declara, ainda, sob as penas da lei, que até a presente data inexistem fatos supervenientes impeditivos para a habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores, em cumprimento ao que determina o art. 32, § 2º, da Lei n.º 8.666/93.

_____ , _____ de _____ de _____.

_____
Assinatura do representante legal da empresa
Obs: Este documento deverá ser emitido em papel timbrado.

ANEXO IV

Termo de Credenciamento – PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: (razão social, CNPJ, endereço e por quem está sendo representada, com nome, Cédula de Identidade, CPF/MF, endereço, etc.)
OUTORGADO: (nome, Cédula de Identidade, CPF/MF, endereço, etc).
OBJETO: representar a outorgante perante o Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Estado de Mato Grosso – CAU/MT, na CARTA CONVITE Nº 03/2014.
PODERES: apresentar PROPOSTA e DOCUMENTOS, prestar declaração de que o outorgante está em situação regular perante a Fazenda Nacional, Estadual e Municipal, Seguridade Social e o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, bem como de que atende às exigências do Edital quanto à habilitação jurídica e qualificações técnica e econômico-financeira, formular ofertas e lances de preços nas sessões públicas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos e desistir do seu manejo, assinar Contratos/Pedidos de Compra, assim como assinar todos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

_____ , _____ de _____ de 2014.

_____
(Nome e assinatura do responsável legal pela outorgante)
Obs: Este documento deverá ser emitido em papel timbrado

ANEXO V

Planilha de Preços Sujeitos à Valoração

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido ao CAU/MT, sobre os custos internos dos serviços executados por esta LICITANTE, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso: _____ % (_____ por cento);

b) honorários, a serem cobrados do CAU/MT, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **NÃO** proporcione a esta LICITANTE o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº. 4.680, de 18/06/1965: ____ % (_____ por cento);

c) honorários, a serem cobrados do CAU/MT, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: ____ % (____ por cento).

_____ , _____ de _____ de _____.

EMPRESA
CARGO E NOME

ANEXO VI

MINUTA DO CONTRATO CAU-MT Nº XX/2014

Contrato de prestação de serviços que entre si celebram o Conselho de Arquitetura e Urbanismo do estado de Mato Grosso, CAU/MT, e a empresa …..

DAS PARTES

I - CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO ESTADO DE MATO-GROSSO, autarquia federal de fiscalização profissional regida pela Lei n° 12.378, de 31 de dezembro de 2010, inscrito no CNPJ sob o n° 14.820.959/0001-88 , com sede na Avenida Historiador Rubens de Mendonça, nº 2.368, Edifício Top Tower, 1º andar, sala 103 - Bairro Bosque da Saúde, Cuiabá - Mato Grosso, CEP: 78050-000, representado neste ato pelo Presidente Claudio Santos de Miranda**,** arquiteto, portador da Carteira de Identidade n°2691754, expedida pela IFP/RG, e do CPF n°592.426.207-34, residente e domiciliado em Cuiabá, MT, doravante designado **CAU-MT** ou **CONTRATANTE**; e

II- _____, pessoa jurídica de direito privado, CNPJ _____, com sede _____, CEP _____, neste ato representada por sua _____**,** (nacionalidade), (estado civil), (profissão), (naturalidade), portadora do RG nº _____ e CPF nº _____, residente e domiciliado em _____, doravante denominado **CONTRATADO**,

RESOLVEM, tendo em vista o constante no Processo nº 14.09.029 – ADM, bem como deliberação resultante da 32ª Sessão Reunião Plenária Ordinária do CAU-

MT, realizada em 27/09/2014, celebrar o presente **CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE de acordo com a** Lei Federal nº 12.232/2010, destinados à realização de campanha em homenagem ao "Dia do Arquiteto e Urbanista", comemorado em 15 de dezembro, conforme especificações referentes aos serviços, contidas no Anexo I – "Briefing para campanha referente ao Dia do Arquiteto e Urbanista 2014", o que fazem mediante as cláusulas e condições a seguir:

1.0. CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. Constitui objeto deste contrato prestação de serviços de publicidade, destinados à realização de campanha em homenagem ao "Dia do Arquiteto e Urbanista", comemorado em 15 de dezembro, conforme especificações referentes aos serviços, contidas no Anexo I – "Briefing para campanha referente ao Dia do Arquiteto e Urbanista 2014"

1.2. Vinculam-se ao presente Contrato de Prestação de Serviços, como se nele estivessem transcritos de forma integrante e inseparável:

1.2.1. Briefing;

1.2.2 Edital de Licitação e seus anexos;

1.2.3 Propostas de Técnica e de Preços da CONTRATADA;

1.2.4 Demais elementos constantes do Processo Administrativo nº 14.09.029 – ADM.

2.0 CLÁUSULA SEGUNDA – DAS CONDIÇÕES DE ENTREGA

2.1. A entrega deverá dos serviços e materiais deverá ocorrer na Avenida Historiador Rubens de Mendonça, nº 2.368, Edifício Top Tower, 1º andar, sala 102 - Bairro Bosque da Saúde, Cuiabá - Mato Grosso, nos dias úteis das 12h às 18h.

2.2. O prazo máximo para entrega dos produtos finalizados ao Conselho de Arquitetura e Urbanismo, gravados em cd ou dvd **será no dia 05 de dezembro de 2014, sendo que a A**gência ainda deverá apresentar ao CAU/MT, no dia 28 de novembro de 2014, às 15 horas, uma prévia dos materiais, para análise dos conselheiros e equipe de Comunicação da instituição.

2.3. A contratada deverá arcar com todos os custos referentes a prestação dos serviços e tudo o mais que for necessário ao cumprimento do objeto.

2.4. O não cumprimento rigoroso do prazo de entrega, ou entrega parcial, ou entrega de configuração inferior à solicitada implicará em rescisão do contrato a ser firmado entre o CAU-MT e a contratada, sem prejuízo da aplicação das penalidades legalmente cabíveis.

3.0. CLÁUSULA TERCEIRA – DA GARANTIA E SUPORTE

3.1. A CONTRATADA ao fornecer firmar este contrato se compromete a entrega dos serviços e materiais dentro do prazo.

4.0. CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DOS DIREITOS AUTORAIS

4.1. Tomar todas as providências necessárias para a fiel execução do objeto em conformidade com as disposições do Edital e seus anexos, parte deste Contrato, prestando os serviços com eficiência, presteza e pontualidade e em conformidade com os prazos estabelecidos.

4.2. Manter todas as condições apresentadas nas propostas de técnica e de preço.

4.3. Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, as partes ou etapas do objeto contratual em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções.

4.4. Obedecer integralmente ao disposto neste contrato e demais documentos que compõem o processo administrativo.

4.5. Nos valores propostos deverão estar inclusos todos os custos diretos e indiretos, encargos trabalhistas e sociais, seguros, fretes, impostos federais, estaduais e municipais (à exceção dos tributos de natureza direta e personalíssima, que oneram pessoalmente a contratada, não devendo ser repassados ao contratante), contribuições previdenciárias, e quaisquer outras despesas no que se refere ao fornecimento objeto deste certame.

4.6. Responder por todos e quaisquer danos pessoais ou materiais causados a título de culpa ou dolo, providenciando a correspondente indenização.

4.7. Fornecer os documentos fiscais exigíveis na forma da legislação aplicável.

4.8. Acatar as instruções e observações formuladas pelo fiscal do contrato, uma vez estabelecidas neste Contrato, Edital e demais documentos componentes do processo administrativo e/ou legislação pertinente, ficando desde logo ressaltado que a atuação da fiscalização não exime a contratada de sua total e exclusiva responsabilidade sobre todos os serviços prestados e produtos entregues.

4.9. Permitir que o contratante promova a fiscalização e o gerenciamento do contrato, em obediência às prescrições descritas no art. 67 da Lei n° 8.666, de 21 de junho de 1993.

4.10. Assumir toda e qualquer responsabilidade por defeitos obrigando-se a corrigi-los no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados a partir da comunicação oficial feita pelo CAU-MT.

4.11. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor global do contrato, na forma

prevista no artigo 65 da Lei nº 8.666/93.

4.12. Manter, durante a vigência do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

4.13. No que se refere aos **Direitos Autorais** a CONTRATADA deve concordar com os subitens a seguir:

4.13.1. A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

4.13.2. O valor dessa cessão é considerado incluído na proposta de preços apresentada durante a realização do Convite nº. 03/2014 do CAU/MT.

4.13.3. O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

4.13.4. Com vistas ao desenvolvimento da campanha publicitária, no que se refere a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores propostas de preços que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo de 05 (cinco) anos para o CONTRATANTE.

4.13.5. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no item 4.13.4., deste contrato, sendo válido como ato de cessão, a aceitação das cláusulas deste contrato e sua assinatura.

4.13.6. O fornecedor garante a cessão pelo prazo definido pelo CONTRATANTE em cada caso, e através da assinatura deste contrato se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas em todo o item 4.13.

4.13.7. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

4.13.8. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no preço contratado através do processo licitatório que deu origem a este contrato.

4.13.9. Os custos de produção, 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 patrimoniais de autor e conexos, são considerados incluídos no valor global deste contrato.

4.13.10. Que o CONTRATANTE poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em DVD.

5.0. CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DO CAU-MT

5.1. Proporcionar todas as facilidades e prestar as informações e esclarecimentos que venham a ser solicitados pela contratada se necessários ao desenvolvimento das atividades relativas às obrigações assumidas.

5.2. Pagar os valores correspondentes nos prazos e condições pactuados neste contrato.

5.3. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, por meio de agente designado, o qual anotará em registro próprio todas as ocorrências constatadas.

5.4. Notificar a contratada, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades para que sejam adotadas as medidas corretivas necessárias.

5.5. Informar à contratada toda e qualquer ocorrência relacionada com a execução dos serviços, diligenciando nos casos que exigem providências corretivas;

5.6. Fiscalizar e acompanhar a execução dos serviços;

5.7. Proporcionar à contratada todas as informações pertinentes ao pleno cumprimento das obrigações decorrentes do contrato firmado;

6.0. CLÁUSULA SEXTA – DA ACEITAÇÃO E DO PAGAMENTO

6.1. O CAU/MT 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;

6.2. 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 Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Estado de Mato Grosso – CAU/MT.

6.3. Após o devido processamento, o pagamento se dará através de cheque, depósito ou transferência do CAU/MT para conta da empresa contratada.

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

6.5. O pagamento será realizado após a apresentação do documento fiscal exigível em conformidade com a legislação e discriminando todas as importâncias devidas, além das informações sobre o banco, agência e número da conta corrente da contratada.

6.6. O documento fiscal referido no item anterior deverá destacar as retenções previstas na Instrução Normativa RFB nº 1.234, de 11 de janeiro de 2012 e demais legislações pertinentes.

6.7. Na hipótese de a contratada ser optante do simples, a fim de afastar a retenção de tributos,

conforme art. 4º, XI, da Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012, deverá anexar à fatura declaração assinada pelo representante legal, sob as penas da lei.

6.8. Recebido o documento fiscal exigível, o CAU/MT providenciará sua aferição e, após aceitação, efetuará o pagamento no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados da apresentação da respectiva nota fiscal/fatura.

6.9. O CAU/MT reserva-se o direito de não efetuar o pagamento se, no ato da atestação, o produto não estiver de acordo com a especificação exigida.

6.10. O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal e trabalhista da CONTRATADA, mediante consulta efetuada por meio eletrônico ou por meio da apresentação de documentos hábeis, por meio dos seguintes documentos:

6.10.1. Certidão Negativa de Débito da Previdência Social – CND;

6.10.2. Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;

6.10.3. Certidão Negativa de Débitos das Fazendas Federal, Estadual e Municipal de seus domicílio ou sede; e

6.10.4. Certidão de Regularidade do FGTS – CRF.

6.11. Havendo erro na emissão do documento de cobrança ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, como rasuras, entrelinhas, tal documento será devolvido à contratada e o pagamento ficará pendente até que sejam sanados os problemas. Nesta hipótese, o prazo para pagamento será reiniciado após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal, não acarretando quaisquer ônus para o CAU/MT.

6.12. A simples existência da relação contratual sem a devida contraprestação não enseja nenhum pagamento à contratada.

6.13. O CAU/MT não se responsabilizará pelo pagamento de quaisquer fornecimentos ou serviços realizados sem a formal solicitação e autorização do fiscal do contrato.

7.0. CLÁUSULA SÉTIMA – DO VALOR E DO PREÇO

7.1. Pelo fornecimento dos serviços e produtos contratados, na forma prevista no Edital e demais documentos anexos a este contrato, o CONTRATANTE pagará ao CONTRATADO o **valor total global de R$ _____(____ ___).**

7.2. O valor será pago em moeda corrente, por meio de ordem bancária ou crédito em conta corrente, após a apresentação da respectiva Nota Fiscal/Fatura, devidamente atestada pelo responsável do CAU/MT, mediante o correto fornecimento do objeto descrito na cláusula primeira;

7.3. O CONTRATANTE, além de poder reter os valores a serem pagos ao CONTRATADO quando

esta não cumprir com os encargos fiscais e trabalhistas, poderá também usar do direito de reembolso em caso de multas, penalidades, indenizações ou qualquer outro ônus aplicado;

7.4. Nos valores estipulados nesta cláusula estão cotadas todas as despesas com salários e/ou honorários, administração, encargos sociais e trabalhistas, taxas, impostos, fretes, transportes diversos e outras despesas de qualquer natureza que se fizerem necessárias à perfeita execução do objeto deste contrato;

7.5. Caso seja constatada alguma irregularidade, o CONTRATANTE reterá o pagamento do objeto deste contrato até que o CONTRATADO regularize a situação a que der causa, independentemente de prévia notificação ou aviso, judicial ou extrajudicial.

8.0. CLÁUSULA OITAVA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

8.1. As despesas correrão à conta da dotação orçamentária do Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Mato Grosso, a saber: 6.2.2.1.1.01.04.02.004 – Atividades Rotineiras do Departamento de Comunicação.

9.0. CLÁUSULA NONA – DA VIGÊNCIA.

9.1. A **vigência do contrato** resultante da licitação será de **90 (noventa) dias**, a contar de sua assinatura, ou até que sejam promovidos os recebimentos provisórios e definitivos dos produtos e/ou serviços.

10.0. CLÁUSULA DÉCIMA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

10.1. Em caso de inexecução parcial ou total das condições fixadas na Carta Convite, no Edital e seus anexos, erro de execução, ou demora na execução, a contratada estará sujeito às seguintes penalidades:

10.1.2. 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;

10.1.3. Multa no valor de 5% (cinco por cento) do valor dos serviços, na hipótese da não manifestação no prazo de 48h quando recebida a convocação do CAU/MT para apresentar o serviço correspondente;

10.1.4. 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.

11.0. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA RESCISÃO CONTRATUAL

11.1. O presente contrato poderá ser rescindido conforme disposto nos artigos 77 a 80 da Lei 8.666/1993, ou amigavelmente, mediante comunicação prévia entre as partes.

12.0. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

12.1. Este contrato pode ser alterado nos casos previstos no art. 65 da Lei n.º8.666/93, desde que haja interesse do CONTRATANTE, com a apresentação das devidas justificativas.

13.0 CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DO FORO

13.1. As partes elegem, com exclusão de qualquer outro por mais privilegiado que seja, o Foro da Justiça Federal - Seção Judiciária de Cuiabá/MT, para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do presente instrumento contratual.

E, por estarem assim justos e contratados, firmam o presente instrumento em 02 (duas) vias de igual teor, para um só efeito, sem rasuras ou emendas, na presença de 02 (duas) testemunhas adiante nomeadas, para que produzam seus jurídicos e legais efeitos, comprometendo-se as partes contratantes a cumprirem e fazer cumprir o presente contrato, tão inteiro e fielmente como nele se contém, em suas cláusulas e condições por si e seus sucessores, dando-o sempre por firme, bom e valioso, em juízo ou fora dele.

Cuiabá, 20 de outubro de 2014.

CLAUDIO SANTOS DE MIRANDA
Presidente do CAU/MT
CONTRATANTE

CONTRATADA:

TESTEMUNHAS:

Assinatura:
Nome:
CPF:

Assinatura:
Nome:
CPF: