

SUMÁRIO

PREAMBULO

1. OBJETO E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA
2. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS
3. CONDIÇÕES PARTICIPAÇÃO
4. HABILITAÇÃO DAS LICITANTESES CLASSIFICADAS NO JULGAMENTO TÉCNICO E PREÇO
5. PROPOSTAS
6. PROPOSTA TÉCNICA
7. PRPOSTA DE PREÇOS E PREÇO DE SERVIÇOS
8. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS
9. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS
10. PARTICIPAÇÃO DAS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE
11. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
12. CONDIÇÕES CONTRATUAIS
13. REMUNERAÇÕES, PAGAMENTOS E RECURSOS ADMINISTRATIVOS
14. DO AVISO DE CHAMAMENTO
15. DISPOSIÇÕES FINAIS
16. INTEGRAM O PRESENTE EDITAL

- a) Anexo I – Briefing;
- b) Anexo II – Minuta de Contrato;
- c) Anexo III – Modelo de Tabela de Pontuação
- d) Anexo IV: Proposta de desconto sobre os custos dos serviços internos das agências de publicidade.
- e) Anexo V – Relação de Documentos CRC Pessoa Jurídica
- d) Anexo VI – Termo de Credenciamento
- g) Anexo VII – Modelo de Declaração (Pessoa Jurídica)
- h) Anexo VIII – Modelo de Declaração (Pessoa Jurídica)
- i) Anexo IX – Modelo de Declaração (Pessoa Jurídica)
- h) Anexo X – Modelo de Declaração (Pessoa Jurídica)
- j) Anexo XI – Modelo de Atestado de Capacidade)

Patrícia Regina Rodrigues Santos
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 025/2015

MODALIDADE: TOMADA DE PREÇOS

TIPO: Técnica e Preço

INTERESSADA: Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM)

OBJETO: Contratação de Uma Agência de Publicidade para Elaborar, Desenvolver e Trabalhar na Divulgação dos Materiais de Interesse da Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM).

FORMA DE EXECUÇÃO: Parcelada

TIPO DE EXECUÇÃO: Indireta

ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS (AMM), com sede a Avenida Historiador Rubens de Mendonça, nº. 3920, Centro Político Administrativo, Cuiabá/MT, pela COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, nomeada através da Portaria nº 064/2015, torna público para conhecimento de todos os interessados, que fará realizar licitação na modalidade de TOMADA DE PREÇO, do tipo TECNICA E PREÇO, conforme descrito neste edital e seus anexos, de conformidade com as Leis Lei 8.666/93, Lei 12.232/10, e Lei Complementar nº 123/2006, com alterações posteriores e demais legislações aplicáveis. Os envelopes contendo definidos neste edital e seus Anexos deverão ser entregues a Comissão Permanente de Licitação até às 09:00 horas (Horário Oficial de Mato Grosso), do dia 08 de dezembro de 2015, na sala de Licitações da Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM), na Avenida Historiador Rubens de Mendonça, nº. 3920, Centro Administrativo, Cuiabá/MT. Havendo a necessidade da sessão pública se prorrogar, a mesma se fará nos dias subseqüentes à data de abertura, sempre obedecendo aos horários de funcionamento de expediente do Órgão gestor. A íntegra do Edital e esclarecimentos a respeito do presente certame poderá ser obtido no seguinte endereço: Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM), na Avenida Historiador Rubens de Mendonça, nº. 3920, Centro Administrativo, Cuiabá/MT ou pelo telefone (65)2123-1200 ou através do site: www.amm.org.br/

1 - OBJETO

1.1 A presente Tomada de Preço visa à escolha da melhor proposta em conformidade com as quantidades e características descritas abaixo para Contratação de Uma Agência Publicidade para Elaborar, Desenvolver e Trabalhar na Divulgação dos Materiais de Interesse da Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM).

a) estudo, planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação e controle de resultados de campanhas e peças publicitárias (mídia impressa: folder, flyer, outdoor, anúncio de jornal e revistas) mídia eletrônica: (televisão, rádio e internet), mídia alternativa: (plotagens, balões, totens, busdoor, e quaisquer outros que possam estar fora do quadro comum de meios e de veículos de comunicação);

b) desenvolvimento e/ou gerenciamento de pesquisas de opinião e mercado;

c) elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de identificação e fixação de programação visual;

d) prestação de serviços relacionados seja diretamente ou por terceiros, tais como: produção de fotolitos e arquivos digitais, impressão, produção de filmes e VT's, telemarketing, documentação em vídeo ou foto das atividades referentes a Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM), distribuição de material.

e) Execução de serviços complementares aos trabalhos especializados pertinentes: I – planejamento, execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação, geração de conhecimento sobre o público-alvo, dos meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; II – produção, execução técnica das peças e de projetos publicitários criados; III - criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias; e demais serviços inerentes à atividade publicitária, destinados ao atendimento das necessidades da Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM).

f) A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo 5 anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias

produzidas.

1.1.1 A prestação de serviços de publicidade, correspondentes ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM).

Difundir ideias informando e conscientizando o público em geral; Elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos identificadores, bem como programação visual;

1.2 - Tais serviços, tendo em vista a promoção da cidadania, deverão ter caráter legal, educativo, informativo, ou de orientação social, perseguindo sempre a meta de eficiência e racionalidade na otimização e aplicação dos recursos.

1.3 - Para a prestação dos serviços de publicidade será contratada 01 (uma) agência doravante denominada LICITANTE.

1.4 - O valor para a presente contratação, considerando sua vigência representa o montante de R\$ 550.000,00 (quinhentos e cinquenta mil reais), não estando a Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM), obrigada a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Licitante vencedora o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso do total da verba.

1.5 - Prazo de Execução

1.5.1 - O prazo para a execução dos serviços objeto desta Licitação e a vigência do contrato será a partir da data de assinatura do contrato pelo período de 12 meses, podendo ser renovado na forma a que alude o artigo 57, II, da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações, desde que plenamente justificado, atendendo ao interesse e conveniência da Administração.

1.5.2 A CONTRATADA deverá comprovar, em prazo hábil de 30 dias, a partir da assinatura do contrato que está apta a atender a contratante em conformidade e na plenitude da proposta técnica apresentada.

1.5.3 Não é admitida a subcontratação dos serviços internos relativos à execução do presente Contrato.

1.6- Das Dotações

As despesas decorrentes da contratação correrão por conta das dotações próprias consignadas no orçamento geral do Município relativo ao exercício financeiro de 2016, na classificação orçamentária abaixo relacionada:

ÓRGÃO	01	ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS
UNIDADE	01.01	PRESIDENCIA
ATIVIDADE	2.001	MANUTENÇÃO PRESIDENCIA
ELEMENTO	3.3.90.39	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA

1.7 – As despesas a serem realizadas em 2016/2017 correrão as expensas do orçamento anual respectivo.

2 - DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS

2.1 - No dia, hora e local designados no preâmbulo deste Edital, a Comissão, receberá os envelopes contendo as "Propostas" e os "Documentos exigidos para a Habilitação", em envelopes distintos, fechados e lacrados, contendo na parte externa, a seguinte identificação:

ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS (AMM)
RAZÃO SOCIAL
ENVELOPE N.º 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO - IDENTIFICADO
TOMADA DE PREÇOS N.º 003/2015
RECEBIMENTO: ATÉ ÀS 09:00 HORAS; DO DIA 08/12/2015
ABERTURA: ÀS 09:00 HORAS DO DIA 08/12/2015

ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS (AMM)
RAZÃO SOCIAL
ENVELOPE N.º 03 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS N.º 003/2015
RECEBIMENTO: ATÉ ÀS 09:00 HORAS; DO DIA 08/12/2015
ABERTURA: ÀS 09:00 HORAS DO DIA 08/12/2015

ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS (AMM)
RAZÃO SOCIAL
ENVELOPE N.º 04 – PROPOSTA DE PREÇOS
TOMADA DE PREÇOS N.º 003/2015
RECEBIMENTO: ATÉ ÀS 09:00 HORAS; DO DIA 08/12/2015
ABERTURA: ÀS 09:00 HORAS DO DIA 08/12/2015

OBS: O ENVELOPE DE PLANO DE COMUNICAÇÃO - SEM IDENTIFICAÇÃO DEVERA SER RETIRADO PELOS INTERESSADOS NA Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM). SENDO QUE A EMPRESA NÃO PODERA DE MANEIRA ALGUMA IDENTIFICAR O ENVELOPE.

2.2 - Os envelopes que excederem o prazo e horário de entrega não serão protocolados, sendo, expressamente recusados pela Comissão de Licitação para participação no certame.

3 - CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1 - CONDIÇÕES GERAIS

3.1.1 Poderão participar da presente Licitação, quaisquer empresas que preencham os requisitos de Habilitação, expressos na Lei Federal nº 8.666/93, e suas posteriores alterações, bem como que satisfaçam as condições estabelecidas no presente Edital de Tomada de Preços, encontram-se cadastradas no CRC da Associação em até 03(três) úteis anteriores a data de abertura do processo.

3.1.1.1 Os licitantes que possuem CRC com vencimento dentro do prazo de 03 (três) dias úteis anteriores a data da licitação, poderão ser habilitados, desde que efetuem atualização/renovação das certidões vencidas antes da data de realização da licitação (somente nesse caso específico);

3.1.1.2 O licitante que se enquadrar no caso especificado no item 5.1.1 deverá no ato do protocolo de atualização/renovação do CRC, manifestar através de requerimento que o referido CRC seja analisado antes da data da licitação;

3.1.2 - Somente poderão participar deste certame às empresas legalmente constituídas no Brasil que atenderem a todas as condições de habilitação estabelecidas no item 03 deste Edital e que estiverem

operando nos termos da Lei nº 4.680, de 18.06.65 e do Decreto nº 57.690, de 01.02.66.

a) Para se manifestar nas fases do procedimento licitatório, as participantes poderão credenciar um representante, por instrumento público de procuração ou por procuração particular, esta com reconhecimento de firma, dispensada a exigência quando presente o representante legal, assim comprovado mediante apresentação do instrumento constitutivo e suas alterações ou do instrumento consolidado, na forma do item 3.1.10 deste Edital.

b) O representante da empresa deverá identificar-se com a apresentação do documento de identidade.

3.1.3 - Nenhum interessado poderá participar da presente Licitação representando mais de uma Licitante.

3.1.4 - Não poderão participar desta Licitação empresas que estejam impedidas legalmente de licitar e contratar com a Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM).

3.1.5 - O não credenciamento do representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela Licitante, sem prejuízo do direito de oferecimento dos documentos de propostas e/ou documentos.

3.1.6 - Os proponentes se farão representar nesta licitação, e para todos os demais atos desta licitação, por procurador(es) com poderes específicos ou por seu(s) representante(s) legal(is). A Carta de Credenciamento, a Procuração e/ou a prova da condição de Sócio ou diretor da empresa deverá acompanhar externamente aos envelopes de propostas.

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

3.1.8 - Não poderão participar empresas reunidas em forma de consórcio.

3.1.9 - Não será permitida a subcontratação do objeto desta Licitação.

3.1.10 - Não serão aceitas pela Comissão quaisquer substituições aos documentos exigidos sob o título de "protocolo".

3.1.11 - Os documentos apresentados sob forma de cópia reprográfica deverão ser devidamente autenticados por Cartório competente ou por Servidor do departamento de licitação da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) ou publicação em órgão da Imprensa Oficial.

3.1.12 - Todos os documentos serão grafados em língua portuguesa. No caso de origem estrangeira deverão vir acompanhados de tradução juramentada.

3.1.13 - Não serão considerados quaisquer documentos e propostas entregues em local, horário e forma diferentes, bem como encaminhados por Fac-Símile ou Internet.

3.2 - INSTRUÇÕES PARA ELABORAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

3.2.1 – Até a data indicada no Preâmbulo deste Edital, as Licitantes interessadas entregarão o credenciamento, os documentos e as propostas em 4 (quatro) envelopes fechados contendo cada um, além do nome, razão social e endereço da Licitante (exceto envelope "1"), a designação de seu conteúdo conforme adiante especificado.

3.2.1.1 - Envelope "1" -Plano de Comunicação – Sem identificação – Item 6.2 Este envelope não poderá conter qualquer marca, sinal ou identificação externa ou interna em seu conteúdo.

3.2.1.2 -Envelope "2" - Plano de Comunicação – Identificado – Item 6.3

Razão Social da Licitante:

Tomada de Preços nº 003/2015

Contratação de Uma Agência Publicidade para Elaborar, Desenvolver e Trabalhar na Divulgação dos Materiais de Interesse da Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM).

3.2.1.3 -Envelope "3" -Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – Item 6.4

Razão Social da Licitante

Tomada de Preços nº 003/2015

Contratação de Uma Agência Publicidade para Elaborar, Desenvolver e Trabalhar na Divulgação dos Materiais de Interesse da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM).

3.2.1.4 -Envelope "4" - Proposta de Preço – Item 7.3

Razão Social da Licitante

Tomada de Preços nº. 003/2015

Contratação de Uma Agência Publicidade para Elaborar, Desenvolver e Trabalhar na Divulgação dos Materiais de Interesse da Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM).

3.2.2 - O credenciamento deverá ser apresentado externamente aos Envelopes, na forma previstas na seguinte forma:

a) – Termo de Credenciamento (conforme anexo VI) com firma reconhecida em cartório;

b) – Cópia autenticada do RG e CPF do representante legal;

c) – Certidão Simplificada expedida pela Junta Comercial da sede da licitante;

3.2.2.1 - No caso de sociedade por ações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores;

3.2.3 - Não serão aceitos envelopes abertos ou sem a devida identificação, quando ela for exigida. A exceção a essa regra é o Envelope "1" -"Plano de Comunicação", que não deverá ser identificada;

3.4 - O "Plano de Comunicação" será apresentado no Envelope "1", sem a identificação da empresa, sob pena de desclassificação nos termos da Lei nº 12.232 de 29.04.2010.

3.5 - O conteúdo do "Plano de Comunicação", indicado no subitem 3.2.1.1 será condicionado em Envelope-obrigatoriamente fornecido pela Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM).

3.6 - É vedada a aposição, neste Envelope e em todo o seu conteúdo, de qualquer tipo de identificação da Licitante, inclusive etiquetas.

3.7 - Havendo qualquer sinal de identificação no Envelope "1", nenhum Envelope será recebido e a Licitante ficará impedida de participar do certame, registrando se em Ata.

3.8 - O Envelope a ser fornecido pela Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) que deverá ser retirado pela licitante, junto à Comissão Permanente de Licitações no seguinte endereço: Avenida Historiador Rubens de Mendonça, nº. 3920, Centro Administrativo, Cuiabá/MT, no horário das 08 horas às 12 horas e das 13h30min às 17h30min, mediante requerimento fornecido à Comissão de Licitação, contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato, e-mail.

3.9 - Apenas o Envelope "1" – "Plano de Comunicação" será fornecido pela Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), devendo a Licitante providenciar os demais envelopes necessários.

3.10 - Os conteúdos dos envelopes serão apresentados em uma (01) via, com todas as folhas legíveis e numeradas sequencialmente, rubricadas, não sendo permitidas emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas, devidamente assinados, exceto o conteúdo do envelope "1" que permitirá apenas numeração sequencial.

4 - DA HABILITAÇÃO DAS LICITANTES CLASSIFICADAS NO JULGAMENTO TÉCNICO E DE PREÇOS

4.1 - Para os documentos de habilitação, nesta Licitação, deverão ser apresentados em original ou cópia autenticada por tabelião. Os documentos expedidos pela internet poderão ser apresentados em forma original ou em cópia reprográfica sem autenticação. Entretanto estarão sujeitos à verificação de sua autenticidade através de consulta realizada pela comissão de licitação, então serão exigidos os seguintes documentos:

I – HABILITAÇÃO JURIDICA;

a) Cédula de Identidade e CPF autenticada de todos os sócios da empresa, do signatário da proposta caso não seja sócio, acompanhado de procuração, com firma reconhecida em cartório em via original ou cópia autenticada com fins específicos;

b) Registro comercial, no caso de Empresa Individual ou;

c) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhados de documentos de eleição de seus administradores ou;

d) Inscrição do ato constitutivo no caso de sociedade civil, acompanhada de prova de diretoria em exercício ou;

e) Decreto de autorização, em se tratando de empresa e sociedade estrangeira em funcionamento no país, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir, obedecendo ao art. 28 da Lei nº 8.666/93.

f) Certificado de Registro Cadastral expedido pela Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), (relação de documentos para efetivação de Certificado de Registro Cadastral – anexo V do edital) em plena vigência.

II – QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA;

a) Demonstrações contábeis, incluindo o balanço patrimonial do exercício social (2014), apresentados na forma da lei ou documentação equivalente, que comprove a boa situação financeira da empresa, vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios;

b) Para as empresas que são facultadas a apresentação do Balanço Patrimonial pelo FISCO, que o caso das empresas com Lucro Presumido, Lucro Arbitrado e Optantes pelo Simples Nacional (EPP e ME) em substituição ao Balanço poderão apresentar Declaração de Imposto de Renda de Pessoa Jurídica – IRPJ (2014).

c) Certidão Negativa de Falência e Concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, datada de, no máximo, trinta dias antes da data da abertura dos envelopes, caso não apresente o seu prazo de validade;

III – REGULARIDADE FISCAL;

a) - Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) - Prova de Inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objetivo licitado;

c) - Prova de Inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal, ou alvará de Licença para Funcionamento, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto licitado;

d) – Certidão Negativa de Tributos Federais, fornecida pela Fazenda Federal, e a Dívida Ativa da União, fornecida pela Procuradoria da Fazenda Nacional;

e) – Certidão Negativa de Regularidade junto à Fazenda Estadual, relativo ao ICMS e IPVA, fornecida pela Secretaria de Fazenda Estadual.

f) - Certidão quanto a Dívida Ativa Estadual, fornecida pela Procuradoria Geral do Estado.

g) - Certidão Negativa de Tributos Municipais da sede da licitante, incluindo Dívida Ativa, fornecido pela Prefeitura Municipal.

h) - Certidão Negativa de Débito (CND-INSS), expedida pelo Instituto Nacional da Seguridade Social, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.

i) - Certidão Negativa de Débito (CND-FGTS), fornecida pela Caixa Econômica Federal, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.

j) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, fornecida pelo Poder Judiciário – Justiça do Trabalho.

k) – Certidão Simplificada expedida pela Junta Comercial da Sede da Licitante.

IV – QUALIFICAÇÃO TÉCNICA PESSOA JURÍDICA

a) Atestado de Capacidade Técnica, em nome da empresa, fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado comprovando aptidão para desempenho das atividades pertinentes e compatíveis com o objeto da licitação (anexo XI do edital);

b) Declaração de cumprimento do disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição e na Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999 (anexo VII do edital).

c) Declaração de concordância de todos os termos estabelecidos no edital (anexo VIII do edital).

d) Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal, de que terá a disponibilidade, caso venha a vencer o certame, realizará a entrega dos itens nos prazos e/ou condições previstas em edital e termo de referência (anexo IX do edital).

e) Declaração de Idoneidade da empresa licitante (anexo X do edital).

f) - Certificado de Registro no Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP.

g) Certificado de Registro no Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de sua base territorial;

4.2 A empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País deverá apresentar, também, o Decreto de Autorização ou ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

4.3 Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, em cópia autenticada por cartório competente, ou em publicação da imprensa oficial ou em cópias simples, desde que apresentadas na sessão às originais para conferência pelo Presidente da Comissão da Licitação, sendo que estas poderão estar dentro ou fora do envelope.

4.4 Não serão aceitos protocolos de entrega ou solicitação de documento em substituição aos documentos requeridos no presente edital e seus anexos.

4.5 Se a documentação de habilitação não estiver completa e correta ou contrariar qualquer dispositivo deste Edital e seus anexos, o Presidente da Comissão de Licitação considerará o proponente inabilitado.

4.6 Aquele que ensejar declaração falsa, ou que dela tenha conhecimento, nos termos do artigo 299 do Código Penal, ficará sujeito às penas de reclusão, de 01(um) a 05 (cinco) anos, se o documento é público, e reclusão, de 01 (um) a 03 (três) anos, e multa, se o documento é particular, independente da penalidade estabelecida no artigo 7 da Lei Federal nº 10.520/2002.

4.7 As certidões que não apresentarem prazo de validade, a comissão estabelecerá o prazo de 30 (trinta) dias corridos contados a partir da data de expedição do(s) referido(s) documento(s), para comprovação de validade do(s) mesmo(s).

5 - DAS PROPOSTAS

5.1 - As propostas deverão ser apresentadas nos envelopes "1", "2", "3" e "4", na forma prevista neste edital e deverão atender os seguintes requisitos:

5.2 - Deverão ser redigidas em língua portuguesa -salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente com clareza, sem emendas ou rasuras, entrelinhas, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e fax, quando existente.

5.3 - Deverão ser apresentadas em papel que identifique a Licitante, contendo o nome da proponente, exceto no envelope "1";

5.4 - Deverão ser entregues no local e nas condições estabelecidas neste Edital;

5.5 - Deverão ter as páginas numeradas sequencialmente, por envelope, serem assinadas em sua parte final, bem como rubricadas em todas as folhas pelo representante legal da Licitante, exceto no envelope "1", que deverá apenas ser numeradas sequencialmente;

5.6 - Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente Edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão e ainda cujas propostas técnicas, não identificadas, apresentem quaisquer sinais, marcas ou algo que permitam sua identificação.

6 - DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1 - A Proposta Técnica deverá ser apresentada nos Envelopes "1", "2" e "3" na forma prevista e deverá atender os seguintes requisitos:

6.2 -ENVELOPE "1" - PLANO DE COMUNICAÇÃO

6.2.1 - Para efeito de avaliação a Licitante deverá apresentar uma campanha com verba de até R\$ 35.000,00 (trinta e cinco mil reais) e duração de 30 (trinta) dias, que será exemplificada pela própria licitante na simulação de plano de distribuição.

6.2.2 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- Em papel A4, branco;
- 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 em fonte "arial" tamanho 12 pontos;
- Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- Em caderno único;
- Sem identificação da licitante.

O "Plano de Comunicação" consistirá em quatro quesitos, a saber:

6.2.3 - PLANO DE COMUNICAÇÃO desenvolvido pela Licitante com base no Anexo I deste Edital - Briefing, que deverá compreender os seguintes quesitos:

I -Raciocínio Básico:

- texto em até 02 (duas) laudas, em que a Licitante demonstrará o seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing, assim como um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM);

II -Estratégia de Comunicação Publicitária:

- texto em até 02 (duas) laudas, em que a Licitante apresentará o conceito e o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação e defenderá essa opção;

III -Ideia criativa:

a) -Texto em que a Licitante se limitará a apresentar síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM);

b) -Como parte do quesito Idéia Criativa, a Licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de 05 (cinco) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro de TV, layout, story-board impresso, ou "monstro" de peça de internet, "monstro" de peça de rádio ou roteiro para rádio, limitados a uma peça para cada meio-convencional ou não convencional, de veiculação tradicional proposto pela licitante;

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) - Texto com até 02 (duas) laudas em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha. Será permitida a inclusão de tabelas, gráficos, pesquisas, em tons cinza, que não serão computadas no total de laudas mencionado no Plano de Comunicação;

b) - Simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária, mencionada na alínea "b" do quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto de até 02 (duas) laudas com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação e mais suas justificativas.

I - Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- 1) o período de distribuição das peças e ou material;
- 2) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- 3) os valores dos investimentos alocados na distribuição em veículos de divulgação, separadamente por meios (exemplos: Radiofônicos, Televisivos, jornais impresso, sites e assim por diante);
- 4) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- 5) os valores alocados de criação de cada peça e ou material de não mídia;
- 6) os valores alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia.

II - Nessa simulação:

- 1) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- 2) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº. 4.680/1965;
- 3) devem ser desconsiderados os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

6.3 - ENVELOPE "2" - PLANO DE COMUNICAÇÃO IDENTIFICADO:

6.3.1 - O Envelope "2" deverá ser apresentado conforme item 3.2.1.2 deste Edital, com data e assinatura na última página e rubrica nas demais, contendo os mesmos requisitos acima, de igual teor e forma, mas sem os exemplos das peças referentes à Ideia Criativa.

6.4 - ENVELOPE "3" - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:

6.4.1 - A Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação deverão ser apresentados na forma do item 6.4.2 e alíneas seguintes deste Edital, 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.

6.4.2 - Capacidade de Atendimento: será feita mediante a apresentação dos Seguintes, textos:

I - Relação de clientes regulares, de âmbito nacional, estadual e/ou local, com indicação da data do período do atendimento, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços a cargo da agência;

II - A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento. No caso de mais de um escritório, relacioná-los, descrevendo as suas estruturas;

III - As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

IV - A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela Licitante, na execução do contrato, incluídos 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;

V - Apresentação de duas declarações, expedida por pessoa jurídica de direito públicos ou empresa privada, que atestem a qualidade técnico-operacional dos serviços similares aos do objeto desta Tomada de Preço, prestados à declarante pela Licitante;

6.4.3 - Repertório: a licitante deverá apresentar um conjunto de peças ou material, independente de seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

I - Poderão ser apresentadas até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas;

II - O material poderá ser fornecido em DVD; os spots e/ou jingles, em CD; as peças de internet, em CR-ROM ou CD-ROM; as peças gráficas em proporções reduzidas que preservem suas dimensões originais e sua leitura;

III - As peças apresentadas NÃO podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM);

6.4.3 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados 2 relatos de soluções e problemas de comunicação com no máximo 2 laudas, com as descrições de soluções e problemas de comunicação e ainda referendados pelos respectivos clientes. Os relatos apresentados NÃO podem referir-se a soluções de problemas da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM);

6.5 - As peças que integram o item 6.4.3, devem ser acondicionadas em embalagem adequada às suas características, desde que invioláveis, quanto às informações de que tratam, até a abertura do correspondente invólucro;

6.6 - A critério da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), as campanhas publicitárias das propostas vencedoras poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

7 - DOS PREÇOS DOS SERVIÇOS, DA REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA E PROPOSTA DE PREÇOS.

7.1 - DO PREÇO DOS SERVIÇOS

7.1.1 - A Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), durante o período de execução do contrato, decorrente da presente Licitação, pagará, pelos serviços internos efetivamente prestados, o valor de tabela referencial de Preços vigente, do SINAPRO-MT (Sindicato das Agências

de Propaganda do Estado de Mato Grosso), levando em consideração o desconto da proposta de preço ofertado pela licitante anexo IV.

7.1.2 - Os serviços considerados indispensáveis à execução da campanha, ou ação publicitária e não constantes da referida Tabela Referencial de Preços do SINAPRO-MT, serão remunerados de acordo com o preço de mercado, demonstrado através de, no mínimo, três orçamentos obtidos de empresas ou profissionais do ramo, de idêntica qualificação técnica, ressalvada a hipótese de comprovada inexistência de mais de um fornecedor ou prestador de serviços. Todos os orçamentos serão submetidos previamente à aprovação da Contratante.

7.2 - A REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA

7.2.1 Na execução dos serviços contratados, a agência será remunerada em conformidade com as disposições da Lei Federal 4.680, de 18 de junho de 1965, Lei 12.232/2010, Decreto Federal 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, alterado pelo Decreto Federal 4.563, de 31 de dezembro de 2002, e demais normas legais e regulamentares vigentes, ficando desde já estabelecido e ajustado o seguinte:

- a) custos internos - o custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou recursos da própria agência, será calculado com base e no limite dos preços dos serviços previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO-MT, de acordo com o subitem 7.3.1;
- b) honorários - os serviços e suprimentos externos terão seus custos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela agência e aceitos pelo contratante. O contratante pagará à agência "honorários" de 20% (vinte por cento) sobre os serviços e suprimentos externos contratados;
- c) honorários especiais - quando a responsabilidade da agência limitar-se, exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, a contratante pagará à agência "honorários" mínimo de 5% (cinco por cento);
- d) veiculação - a agência será remunerada através do "Desconto-Padrão de Agência", junto aos veículos de comunicação, o correspondente a 20%, assim como referência estipulado pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

7.3 - PROPOSTA DE PREÇOS

7.3.1 - A Proposta de Preços apresentada pela licitante no envelope "4" deverá ser constituída de:

- a) Desconto a ser concedido à Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), sobre os custos internos (limitados ao máximo de 70% de desconto, a título de preservação da qualidade dos serviços prestados), baseado na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso – SINAPRO-MT, como anexo IV;
- b) Declaração concordando com os percentuais legais sobre remuneração da agência, no tocante ao especificado nas alíneas "b", "c" e "d" do item 7.2.1;
- c) Declaração concordando, expressamente, que os preços não previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO-MT, serão pagos conforme estabelecido no subitem 7.1.2 deste edital;
- d) Declaração de que se compromete a transferir para a contratante toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e fornecedores;
- e) Declaração de que se compromete a estabelecer negociação dos preços, com vistas à obtenção da máxima vantagem, a ser transferida para a contratante, com referência a:
 - * Cachê de atores e modelos na reutilização de peças publicitárias;
 - * Custos de serviços especiais, tais como, pesquisas de mercado e de opinião, promoção, registro de marcas e expressões de publicidade, de comunicação social e outros serviços necessários para a prestação dos serviços;
 - * Valor originário de direitos autorais de obras consagradas, incorporadas a peças, a ser pago pela contratante na reutilização das peças.
- f) Declaração constando a validade mínima da proposta de preços e de que aceita renovações sucessivas, por igual período, no termos do subitem 7.5.

7.4 - Deverão ser observados todos os requisitos estabelecidos para a formulação da Proposta de Preços.

7.5 - Validade da proposta não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data limite estabelecida para sua apresentação, a qual será considerada sucessiva e automaticamente renovada,

por igual período, até a conclusão do processo licitatório e convocação da licitante vencedora para assinatura do contrato. As licitantes que não concordarem com a manutenção das propostas na data da assinatura do contrato serão inabilitadas.

7.6 - Declaração de que a empresa licitante possui condições operacionais de funcionamento pleno na cidade de Cuiabá ou que se compromete a viabilizar tal estrutura em até 30 dias após a assinatura do contrato, dispondo dos seguintes serviços: atendimento, planejamento, criação, execução, mídia, produção, gerenciamento operacional e administração. A declaração deverá ser subscrita por representante legalmente habilitado da Licitante.

7.7 - Quaisquer tributos, custos e despesas diretos ou indiretos omitidos da proposta ou incorretamente cotados, serão considerados como inclusos nos preços, não sendo considerados pleitos de acréscimos, a esse ou a qualquer título, devendo os serviços ser fornecidos à Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) sem ônus adicionais.

7.8 - A apresentação da proposta implicará na plena aceitação, por parte da Licitante, das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

7.9 - Não serão admitidos cancelamentos, retificações de preços ou alterações nas condições estabelecidas, uma vez abertas às propostas. Os erros, equívocos e omissões havidas nas cotações de preços serão de inteira responsabilidade do respectivo proponente.

8 - DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS

8.1 - A Comissão receberá os envelopes integrantes das "Propostas Técnicas" e "Proposta de Preços" e chamando a mesa o representante legal para apresentação do credenciamento.

8.2 - Os documentos contidos nos Envelopes "1" - "Proposta Técnica não identificada", não deverão ser rubricados, já no envelope "3" serão rubricados pelos representantes das Licitantes, facultando-se aos mesmos o seu exame, registrando-se em ata as anotações solicitadas.

8.3 - Os envelopes "2" e "4" serão rubricados pela Comissão de Licitação e pelos representantes das Licitantes e permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Licitação.

8.4 - Após a abertura dos envelopes "1" e "3" de proposta técnica e os vistos da Comissão de Licitação e dos licitantes com exceção de vistos no envelope "1", a sessão será suspensa para o julgamento destas propostas pela "subcomissão" e será lavrada ata contendo os apontamentos dos licitantes, que houver;

8.5 - Em caso de ocorrer diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito a subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a cada um dos quesitos com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

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

8.7 - O resultado do julgamento será divulgado na Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), onde será divulgada a data, hora e local a serem informados por aviso publicado no mesmo veículo que publicou o ato convocatório, para a abertura do envelope "2" e consequente identificação das propostas contidas no envelope "1". Efetuar-se-á a apuração da Nota Técnica dos envelopes "1" e "3". Será lavrada ata da sessão, abrindo-se prazo recursal caso os licitantes não abram mão por escrito deste direito.

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

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

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

8.11 - Não serão consideradas quaisquer informações ou declarações apresentadas na proposta de preços que deveriam constar na Proposta Técnica.

- a) - Os Envelopes de Propostas Técnicas "2" e de Preços "4" das Licitantes que não forem classificadas ficarão sob a guarda da Comissão de Licitação, até a assinatura do Contrato, quando então estarão à disposição das empresas para retirá-los no prazo de até 30 (trinta) dias corridos, após o qual serão destruídos sem quaisquer formalidades;
 - b) - Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, conforme critérios constantes do item seguinte.
- 8.12 - Não serão aceitos pela Comissão quaisquer documentos ou envelopes que sejam encaminhados por fax ou que cheguem à Comissão de Licitação fora do horário estabelecido.
- 8.13 - A subcomissão será formada de acordo com a lei nº 12.232 de 2010.

9 - DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS

9.1 – Conforme determina a Lei Federal nº 12232/2010

9.1 - Serão levados em conta pela Subcomissão Especial de Licitação (lei 12.232/10), como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito:

9.1.2 - Plano de Comunicação

I - Raciocínio Básico -a acuidade de compreensão:

- a) - Das características da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) - Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) com seus públicos;
- c) - Do papel da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) no atual contexto social, político e econômico.

II - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) - Adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) e a sua comunicação e/ou o seu problema específico de comunicação;
- b) - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- c) - A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) com seus públicos;
- d) - A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM);
- e) - Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

III - Ideia Criativa

- a) - Sua adequação ao problema específico de comunicação da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM);
- b) - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) - A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) - Sua pertinência às atividades da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) e a sua inserção na sociedade;
- g) - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) - A exequibilidade das peças;
- i) - A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

IV - 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;

- d) - A pertinência da mídia escolhida, a oportunidade e a economicidade no uso de recursos próprios de comunicação da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM);
- e) - A economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

9.1.3 - Capacidade de Atendimento

- I - A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos;
- II - A adequação das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato e a qualificação dos profissionais que estarão a disposição para a execução do contrato;
- III - A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição da Associação, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

9.1.4 - Repertório

- I - A ideia criativa e sua pertinência;
- II - A clareza da exposição do problema publicitário;
- III - A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- IV - A relevância dos resultados apresentados;
- V - A qualidade da execução e do acabamento;

9.1.5 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

- I - A concatenação lógica da exposição;
- II - A evidência de planejamento publicitário;
- III - A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- IV - A relevância dos resultados apresentados;

9.2. - A nota das Propostas Técnicas está limitada ao máximo de cem pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

Plano de Comunicação

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação
1 – RACIOCÍNIO BÁSICO Texto de até 3 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a AMM e entendimento.	a) Das características da AMM e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da AMM com seus público.	
	c) Do papel da AMM. no atual contexto social, político e econômico.	

SUBTOTAL MÁXIMO 20 PONTOS

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação
2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até 2 laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico,	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da AMM, conforme briefing.	
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	

fundamentara a comunicação da AMM.	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da AMM com seus públicos.	
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da AMM.	
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	

SUBTOTAL MÁXIMO 20 PONTOS

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação
3) IDEIA CRIATIVA Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da AMM.	
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da AMM.	
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	
	f) Sua pertinência a atividade desenvolvida pela AMM e sua inserção na sociedade.	
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentada.	
	h) A exequibilidade das peças.	
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios proposto	

SUBTOTAL MÁXIMO 15 PONTOS

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA Texto de até duas laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas alíneas anteriores.	
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da AMM.	
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	

SUBTOTAL MÁXIMO 15 PONTOS

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros.	
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.	
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição da AMM, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	

	<p>d) A operacionalidade do relacionamento entre a AMM e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada. pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.</p>	
--	--	--

SUBTOTAL MAXIMO 10 PONTOS

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação
REPERTÓRIO Apresentado de pecas com Apresentação sucinta do problema que se propõe.	a) Ideia criativa e sua pertinência.	
	b) Clareza da exposição do problema publicitário.	
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	
	d) Relevância dos resultados apresentados.	
	e) Qualidade da execução do acabamento.	

SUBTOTAL MAXIMO 10 PONTOS

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DO COMUNICAÇÃO descrições de soluções e problemas de comunicação formalmente referendados pelos respectivos anunciante.	a) Concatenação lógica da exposição.	
	b) Evidência de planejamento publicitário.	
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	
	d) Relevância dos resultados apresentados.	

SUBTOTAL MÁXIMO DE 10 PONTOS

TOTAL MÁXIMO DE 100 PONTOS

9.2.1- A nota de cada Licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

9.2.2 - A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da subcomissão, obedecidos os critérios dos itens 8.5 e 8.6 deste edital

9.3 - Será desclassificada a Proposta que:

I - Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

II - Não alcançar, no total, a nota mínima de sessenta pontos;

III - Obtiver nota zero em qualquer dos quesitos a que se referem os itens 9.1.2, 9.1.3, 9.1.4 e 9.1.5;

IV - Que incidir nas disposições no art. 48, da Lei nº 8.666/93;

9.4 - Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, a Licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

9.5 - Em caso de empate, na proposta técnica, será considerada como classificada em primeiro lugar a Licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens 9.1.2, 9.1.3, 9.1.4 e 9.1.5.

9.6 - Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público nos termos do artigo 45 da Lei nº 8.666/93.

9.7 - A Comissão, se necessário, abrirá prazo de cinco dias úteis para interposição de recursos.

9.8 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da próxima sessão, para abertura do Envelope "4" - "Propostas de Preço" que terá a pontuação segundo a tabela abaixo:

-proposta(s) de maior desconto:..... 30 pontos;

-proposta(s) com o 2.º maior desconto:..... 28 pontos;

-proposta(s) com o 3.º maior desconto:..... 26 pontos;

-proposta(s) com o 4.º maior desconto:..... 24 pontos;

-proposta(s) com o 5.º maior desconto:..... 22 pontos;

-proposta(s) com o 6.º maior desconto:..... 20 pontos;

E assim por diante (decrecente de 2 pontos), utilizando o mesmo critério. Será desclassificada a proposta de preços que não alcançar o mínimo de 20 (vinte) pontos.

9.9 - Na sessão pública designada, serão abertos os Envelopes "4" - "Propostas de Preço", que serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos Licitantes presentes.

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

9.11 - Não se considerará como critério de classificação e nem de desempate das propostas, qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital.

9.12 - A Comissão de Licitação classificará a proposta vencedora ao proponente que obtiver a maior pontuação na Nota Final, calculada através da soma simples das Notas Técnicas e de Preço, conforme a seguinte expressão:

NF=Nota Técnica Final+Nota de Preço Final

a) - Após cada fase da licitação, os autos do processo ficarão automaticamente com vistas aos interessados, pelo prazo necessário à interposição de recursos, ressalvado a desistência expressa pela Licitante a quem assistia o direito de recorrer, ou o silêncio de quaisquer das Licitantes no momento em que deveriam manifestar esse interesse.

9.13 - Do resultado da fase de julgamento das propostas e da habilitação, caberão recursos fundamentados, dirigidos à Comissão de Licitação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação.

9.14 - Os recursos referentes ao julgamento das propostas serão recebidos com efeito suspensivo, não o sendo nos demais casos.

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

9.16 - Recursos enviados por fax ou e-mail não serão considerados.

9.17 - Na sessão de abertura do envelope "4" e apuração da Nota Final (NF) das licitantes, as 3 (três) concorrentes melhores classificadas, terão obrigatoriamente que apresentar os documentos constantes do item 4 deste Edital no 2º (segundo) dia útil após esta sessão de apuração, ou o que a

Comissão de Licitação designar caso haja recurso quanto a Nota Final, sob pena de inabilitação se não o fizerem.

9.17.1 - Deverá constar no envelope dos documentos de Habilitação, que a própria licitante providenciará:

ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS (AMM)
ENVELOPE Nº 5 - HABILITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS N.º 003/2015

9.18 - As demais licitantes poderão examinar a documentação da vencedora e impugná-la na falta ou inobservância de qualquer dos documentos exigidos. Havendo a impugnação abre-se o prazo recursal de praxe.

10 DA PARTICIPAÇÃO DAS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

10.1. Nos termos da Lei Complementar n. 123, de 14/12/2006, as microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

10.1.1. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração da Associação, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa. Eventual interposição de recurso contra a decisão que declara o vencedor do certame não suspenderá o prazo supracitado.

10.2. A não-regularização da documentação no prazo previsto no item acima, implicará a decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 e Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, sendo facultado à Administração convocar para nova sessão pública os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para contratação, ou revogar a licitação.

10.3. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte, entendendo-se por empate aquelas situações em que as propostas apresentadas pelas microempresas e empresas de pequeno porte sejam iguais ou até 5% (cinco por cento) superiores à proposta mais bem classificada e desde que a melhor oferta inicial não seja de uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

10.4. Ocorrendo o empate ficto, proceder-se-á da seguinte forma:

10.4.1. A microempresa ou empresa de pequeno porte mais bem classificada poderá apresentar proposta de preço inferior àquela considerada vencedora do certame, situação em que será adjudicado em seu favor o objeto licitado;

10.4.2. Não ocorrendo à contratação da microempresa ou empresa de pequeno porte, na forma do subitem anterior, serão convocadas as remanescentes que porventura se enquadrem na hipótese do item 9.3, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito;

10.4.3. No caso de equivalência dos valores apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte que se encontre no intervalo estabelecido no subitem 9.3, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta.

10.4.4. Na hipótese da não-contratação nos termos previstos acima, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.

10.5. No caso de micro-empresa e empresa de pequeno porte, que nos termos da Lei Complementar 123/2006, possuir alguma restrição na documentação referente à regularidade fiscal, esta deverá ser mencionada.

10.6. A micro-empresa ou empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a LC 123/2006, deverá apresentar na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do § 4º do Art. 3º da referida Lei.

10.7. A Empresa Licitante que quiser gozar dos benefícios da LC 123/2006, deverá apresentar requerimento próprio para este fim.

11 - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

11.1 - As despesas com o contrato resultante desta Licitação, para 12 meses, estão estimadas em R\$ 550.000,00 (quinhentos e cinquenta mil reais).

11.2 - Se a Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado consignará nos próximos exercícios em seu orçamento a dotação necessária ao atendimento dos pagamentos previstos.

11.3 - Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista.

12. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

12.1 - Concluído o processo licitatório, inclusive, homologado o seu resultado, a Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) adjudicará o contrato de prestação de serviços referente à Licitante vencedora.

12.2 - A licitante vencedora terá o prazo de cinco dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar termo de contrato, conforme a minuta constante do Anexo II.

12.3 - Se a licitante vencedora não comparecer no prazo estipulado no item 12.2, para assinar o contrato, ensejará a aplicação da multa no valor de 2% (dois por cento) no valor do contrato, reservando-se a Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) o direito de convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo, em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de preço, ou revogar esta Licitação, independentemente das sanções previstas neste Edital para a licitante vencedora e da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

12.3.1 - O disposto no item anterior não se aplica às licitantes remanescentes convocadas.

12.4 - O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração 12 (doze) meses a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a juízo da Licitante, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93, de acordo com os termos do art. 57, § 4º, da Lei 8.666/93.

12.5 - A Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes.

12.5.1 - A rescisão dos contratos, de acordo com o que preceituam os art. 79 e 80 da Lei nº 8.666/93, poderá ser:

a) determinada por ato unilateral e escrito da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), nos casos enumerados no art. 78, incisos I a XII e XVII, da Lei nº 8.666/93;

b) amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para a Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM);

c) judicial, nos termos da legislação processual.

12.6 - A rescisão dos contratos acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) a retenção dos créditos decorrentes do respectivo contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

12.6.1 - As sanções e penalidades que poderão ser aplicadas à contratante são as previstas na Lei nº 8.666/93 e no contrato assinado.

12.7 - Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

12.8 - Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

12.9 - A contratada deverá prestar esclarecimentos à Licitante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolva independentemente de solicitação.

12.10 - A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta licitação se houver expressa autorização da contratante.

12.11 - É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente licitação para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM).

12.12 - A contratada poderá, por conta própria, contratar outras empresas, para a execução de alguns serviços de que trata esta licitação, mediante anuência prévia, por escrito, ressaltando-se que a contratada assumirá todas as responsabilidades decorrentes do contrato com as outras empresas, mas permanecerá com todas as responsabilidades contratuais perante a contratante.

12.13 - A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta licitação, sob pena de rescisão contratual, independente de qualquer indenização.

12.14 - A Contratante realizará, mensalmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela contratada.

12.14.1 - A avaliação anual será considerada para aquilatar a necessidade de solicitar à contratada que melhore a qualidade de serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o contrato; para fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

13 - REMUNERAÇÕES, PAGAMENTOS E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1 - A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita de acordo com a proposta de preços para a Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), conforme desconto da licitante sobre os serviços internos das agências de publicidade, de acordo com a tabela de referências do SINAPRO/MT, observado o que consta deste Edital e seus anexos e da minuta do contrato, inclusive quanto à forma e condições de pagamento.

13.1.1 - O pagamento relativo a veiculação da publicidade será repassado a agência vencedora que fará o repasse aos veículos de comunicação no máximo em 3 (três) dias úteis, a contar do pagamento realizado pela Associação. O pagamento será condicionado à apresentação dos documentos discriminados no contrato.

13.1.2 - Também serão pagas à contratada as despesas com a execução do contrato, no tocante aos custos internos da agência, honorários e comissão de veiculação proveniente do desconto concedido pelo veículo de comunicação, após o aceite dos serviços executados. O pagamento relativo aos serviços de terceiros serão pagos diretamente à agência, que repassará os recursos ao fornecedor contratado, que deverá emitir Nota Fiscal Fatura contra o cliente-anunciante, sempre aos cuidados da agência contratada.

13.1.3 - O pagamento dos serviços previstos no item anterior obedecerá a mesma forma disposta no item 11.1

13.1.4 - Quaisquer descontos especiais resultantes de negociação, que venham a ser concedidos pelos veículos de comunicação ou fornecedores, deverão ser integralmente repassados para a contratante.

13.2. - RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.2.1 - Os recursos das concorrentes contar-se-ão da publicação do resultado do julgamento nos órgãos oficiais de divulgação.

13.2.2 - Todos os recursos cabíveis, em conformidade com a Lei Federal 8666/93, com suas alterações, deverão ser endereçados à Comissão Especial de Licitações, protocolizados no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados da intimação da decisão da qual se recorre.

13.2.3 - Os recursos somente serão admitidos quando subscritos por representante legal, procurador com poderes específicos, sócio ou diretor da proponente.

13.2.4 - Não serão aceitos recursos por Fac-Símile, Internet etc. A Administração só aceitará recurso protocolizado no original até o dia acima designado.

14. DO AVISO DE CHAMAMENTO

14.1 Os profissionais sorteados irão atuar na subcomissão técnica, a qual tem como objetivo julgar as propostas técnicas que compõem o plano de comunicação publicitária. Referido plano deverá ser apresentado por Agências interessadas em participar da licitação promovida pela Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), na modalidade "Tomada de Preços", tipo "técnica e preço", para Contratação de Uma Agência Publicidade para Elaborar, Desenvolver e Trabalhar na Divulgação dos Materiais de Interesse da Associação Mato-grossense dos Municípios.

14.2. Consoante o artigo 10, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010, as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que deverão ser formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Associação Mato-grossense dos Municípios.

14.3. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados.

14.4. Os Interessados deverão comparecer, pessoalmente, de 01/12/2015 à 08/12/2015, das 08h às 11h30min e das 13h30min; às 15h, na Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), no Departamento de Protocolo encaminhando os documentos ao departamento de licitação, situado na Avenida Historiador Rubens de Mendonça, nº. 3920, Centro Administrativo, Cuiabá/MT, munidos dos documentos exigidos no Edital de chamamento.

15. DISPOSIÇÕES FINAIS

15.1 - É facultado à Comissão de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase desta licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, sendo vedada inclusão a posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente da proposta.

15.2 - A Comissão de Licitação poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta licitação.

15.3 - É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

15.4 - Na apreciação dos documentos e no julgamento das propostas, a Comissão de Licitação poderá relevar omissões nitidamente formais, sanáveis em prazo determinado pela Comissão, desde que restarem intocados a lisura e o caráter competitivo do procedimento licitatório.

15.5 - Para fins desta licitação, o Briefing (Anexo I) atende às exigências do projeto básico a que se referem o art. 6º e o art. 40, § 2º, inciso I, da Lei nº 8.666/93.

15.6 - A Comissão de Licitação dirimirá as dúvidas relativas a este Edital de licitação, desde que formuladas por escrito pelos representantes legais ou prepostos da licitante interessada, em até cinco dias antecedentes ao dia fixado para a abertura dos envelopes. Para essa comunicação, os pedidos de esclarecimentos deverão ser feitos através do Departamento de Licitação da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM).

15.7 - Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente por escrito aos seus autores, salientando que cópia desses e respectivas respostas serão encaminhadas às demais licitantes que retiraram o Edital.

15.8 - Em caso de cisão, incorporação ou fusão da contratada com outras agências de publicidade, caberá ao contratante decidir pela continuidade ou não dos contratos, não cabendo à contratada qualquer espécie e indenização.

15.9 - É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/93.

15.10 - Antes do aviso oficial do resultado desta licitação, não serão fornecidas, a quem quer que sejam, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

15.11 - Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta licitação será anulada pela Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

15.12 - Antes da data marcada para a abertura dos envelopes das Propostas, a Comissão de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos e Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

15.13 - A Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM) não admitirá declarações posteriores à abertura das propostas, de desconhecimento de fatos, no todo ou em parte, que dificultem ou impossibilitem o julgamento das propostas ou a adjudicação à Licitante vencedora.

15.14 - Para dirimir quaisquer questões decorrentes da licitação, não resolvidas na esfera administrativa, será competente o foro da Comarca de Cuiabá – MT.

16. INTEGRAM ESTE EDITAL OS SEGUINTE ANEXOS

- a) Anexo I – Briefing;
- b) Anexo II – Minuta de Contrato;
- c) Anexo III – Modelo de Tabela de Pontuação
- d) Anexo IV: Proposta de desconto sobre os custos dos serviços internos das agências de publicidade.
- e) Anexo V – Relação de Documentos CRC Pessoa Jurídica
- d) Anexo VI – Termo de Credenciamento
- g) Anexo VII – Modelo de Declaração (Pessoa Jurídica)
- h) Anexo VIII – Modelo de Declaração (Pessoa Jurídica)
- i) Anexo IX – Modelo de Declaração (Pessoa Jurídica)
- h) Anexo X – Modelo de Declaração (Pessoa Jurídica)
- j) Anexo XI – Modelo de Atestado de Capacidade Técnica

Cuiabá – MT, 05 de novembro de 2015.

Patrícia Regina Rodrigues Santos
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

De acordo

Neurilan Fraga
Presidente da AMM

ANEXO I PROJETO BÁSICO BRIEFING

INTRODUÇÃO

Este "briefing" contém informações básicas destinadas a orientar as Agências de Propaganda, participantes da Tomada de preços nº 003/2015 - Técnica e Preço, que a Associação Mato-grossense dos Municípios realizará.

A partir de uma verba hipotética de R\$ 35.000,00 (trinta e cinco mil reais) a campanha deverá considerar um período máximo de veiculação de 30 (trinta) dias, prevendo a utilização de mídias e veículos locais e regionais, que efetivamente atinjam o público alvo desejado pela Associação Mato-grossenses dos Municípios (AMM).

CRIAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS (AMM).

HISTÓRICO

A Associação Mato-grossense dos Municípios – AMM é a consolidação de um grande projeto municipalista. Fundada em 4 de maio de 1983, a AMM surgiu da necessidade de se criar no Estado uma Entidade que congregasse os Municípios e representasse o poder público municipal junto às demais esferas de governo. A ata de constituição registra a assinatura de 53 prefeitos, que se uniram em torno do projeto, idealizado pelas principais lideranças municipais da época, com o apoio do então governador Júlio José de Campos. Com apenas nove funcionários, a primeira sede da AMM foi inaugurada em 1983 no Edifício Milão, no Centro de Cuiabá, onde funcionou até 1988, quando a Entidade foi instalada no atual prédio, na Avenida Hist. Rubens de Mendonça. A Entidade foi fundada com o objetivo de congregar e defender os interesses dos municípios; liderar as lutas municipalistas, fazendo a interlocução junto aos poderes no âmbito federal e estadual; prestar assistência técnica, jurídica, administrativa e educativa; ajudar a elaborar planos, programas e projetos de desenvolvimento dos municípios associados; promover cursos de capacitação, congressos, simpósios, seminários e reuniões para debates de problemas técnicos e administrativos dos municípios, entre outros.

O primeiro presidente da AMM foi o então prefeito de Cuiabá, Anildo Lima Barros (1983/1985), e o primeiro secretário executivo, o professor Geraldo Ferreira Gomes, que voltou a ocupar o cargo em gestões posteriores. Ocuparam ainda o cargo de secretário executivo: Luiz Mariano de Alencar, Adjaime Ramos de Souza, Argon Norberto Hachman, Ataíde Pereira Leite, Lieda Rezende Brito, Maurício Munhoz, e Darci Lovato

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Em relação ao transporte escolar, a abordagem dará ênfase ao repasse insuficiente para custear o serviço, considerando que o governo estadual transfere apenas R\$1,90 por quilômetro rodado, enquanto o litro de combustível custa R\$ 3,50. O município acaba tendo que arcar com a diferença. O subfinanciamento ocorre, ainda, com a merenda escolar, pois as prefeituras recebem apenas R\$ 0,30 por dia para bancar a despesa. A crise financeira também deve ser destacada na campanha, pois o agravamento da situação está penalizando ainda mais o poder público municipal, que passa a ter mais dificuldades de oferecer saúde, educação, obras e investimentos para a população. A distorção do Pacto Federativo é outro tema evidenciado, com enfoque no repasse aos municípios da menor fatia do bolo tributário nacional. Enquanto União fica com 60% e estados 26%, as prefeituras recebem apenas 14%. O Fundo de Apoio à Exportação – FEX completa a campanha. Os municípios reivindicam o repasse do recurso, que visa a compensação financeira do ICMS não transferido às

prefeituras.

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

A meta da Associação Mato-grossense dos Municípios é massificar os pleitos e demandas para que a sociedade tenha conhecimento da situação de todos os municípios e apoie os gestores em suas reivindicações. As demandas aumentaram e as prefeituras encontram dificuldades em administrar o orçamento e fechar as contas. A campanha publicitária deverá abordar os seguintes temas: Transporte Escolar, Merenda Escolar, Pacto Federativo e Fundo de Participação dos Município-FPM e Fundo de Apoio à Exportação-FEX. O objetivo é mostrar que os municípios estão cada vez mais penalizados com muitas atribuições e poucos recursos, além de demonstrar que há incoerência na partilha dos recursos.

PEÇAS

Para que a população conheça os problemas enfrentados pelos municípios. A campanha poderá ser veiculada nos veículos de comunicação com diferentes peças publicitárias, tais como: Anúncios em jornais, Spots em Rádios, Banners em sites, placas de Outdoor, Painéis suspensos. Deve-se ainda se considerar, para efeito de simulação e abrangência, todos os veículos de comunicação de Cuiabá, pensando estrategicamente e em sua economicidade.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Mais informações para formular as propostas e demonstrar seu conhecimento, pesquisar no site da AMM – www.amm.org.br e em levantamentos in loco.

publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias; e demais serviços inerentes à atividade publicitária, destinados ao atendimento das necessidades da Associação Mato-grossense dos Municípios.

f) A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo 5 anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

2.1.1 A prestação de serviços de publicidade, correspondentes ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a Associação Mato-grossense dos Municípios. Difundir ideias informando e conscientizando o público em geral; Elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos identificadores, bem como programação visual;

2.2 - A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da Associação Mato-grossense dos Municípios e terá exclusividade em relação a os serviços licitados.

3 - CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA

3.1 O presente contrato terá vigência a partir de ___/___/___ até ___/___/___.

3.1.1 A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo por até 60 (sessenta) meses, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93, acrescidos de acordo com os termos do art. 57, § 4º, da Lei 8.666/93.

4 - CLÁUSULA QUARTA - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

4.1 As despesas com o presente contrato, pelo exercício de 2016, estão consignadas nas seguintes dotações orçamentárias:

ÓRGÃO	01	ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS
UNIDADE	01.01	PRESIDENCIA
ATIVIDADE	2.001	MANUTENÇÃO PRESIDENCIA
ELEMENTO	3.3.90.39	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA

4.2 – As despesas a serem realizadas em 2016 correrão as expensas do orçamento anual respectivo.

4.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento a dotação necessária ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.4 A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista.

5 - CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1 Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1 Operar com uma equipe técnica completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros - todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo Contratante.

5.1.4 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Tomada de Preços que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, à CONTRATANTE descontos especiais, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.

5.1.6 Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução.

5.1.7 Se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as

8.1 - Na execução dos serviços contratados, a agência será remunerada em conformidade com as disposições da Lei Federal 4.680, de 18 de junho de 1965, e demais normas legais e regulamentares vigentes, ficando estabelecido e ajustado o seguinte:

8.1.2 - Custos internos - A Associação Mato-grossense dos Municípios, durante o período de execução do contrato, decorrente da presente Tomada de Preço, aplicará o percentual de desconto a ser aplicado sobre o valor dos serviços internos da agência será de% (.....) do valor constante da Tabela Referencial de Preços vigente, do SINAPRO-MT (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso).

8.1.3 - Honorários - os serviços e suprimentos externos terão seus gastos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela agência e aceitos pela CONTRATANTE. A CONTRATANTE pagará à agência "honorários" de 15% (quinze por cento) sobre os serviços e suprimentos externos contratados com os fornecedores.

8.1.4 - Honorários especiais - quando a responsabilidade da agência limitar-se, exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, a contratante pagará à agência "honorários" de 5% (cinco por cento);

8.1.5 - Veiculação - a CONTRATANTE pagará à CONTRATADA o valor correspondente ao desconto de agência, na ordem de 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação, observado o "Sistema progressivo de Serviços/Benefícios" instituído pelas Normas Padrão da Atividade Publicitária (CENP) por meio do Decreto 57.690/66, alterado pelo Decreto 4.563, de 31 de Dezembro de 2002.

8.1.6 - O preço do serviço de veiculação deverá corresponder à tabela oficial de preços do respectivo veículo;

8.1.7 - A remuneração observará em qualquer hipótese os preços tabelados, as condições estabelecidas no Edital e neste Contrato, assim como os descontos obtidos pela CONTRATADA junto aos fornecedores ou prestadores de serviços e veículos de divulgação, segundo compromissos expressos na proposta de preços pela CONTRATADA.

8.1.8 - As despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

8.1.9 - O Valor estimado deste contrato é de R\$ (.....).

9 - CLÁUSULA NONA - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

9.1 - Despesas decorrentes da Veiculação da Publicidade.

O pagamento relativo a veiculação da publicidade será repassado a agência vencedora que fará o repasse aos veículos de comunicação no máximo em 2 (dois) dias úteis, a contar do pagamento realizado pela prefeitura, condicionado à apresentação dos seguintes documentos:

a) Nota fiscal/fatura do veículo de comunicação, em nome da Associação Mato-grossense dos Municípios, contendo o valor bruto da despesa, a parcela referente à comissão da CONTRATADA e o valor líquido devido, mencionando com clareza o serviço autorizado e os respectivos números da licitação e do contrato;

b) tabela oficial de preços do veículo de comunicação, para demonstrar a procedência dos valores a serem pagos;

c) original ou cópia da página ou parte do jornal impresso, revista, catalogo ou outros meios impressos, onde apareça a peça publicitária que foi veiculada, a data da veiculação e o nome do veículo de comunicação;

d) comprovante hábil da exibição da peça publicitária, em Rádio, Internet, Outdoor, Painel Eletrônico, e assim por diante, cuja veiculação não possa ser demonstrada por meio documental.

9.2 - Despesas com terceiros e Comissão da Agência.

O pagamento das despesas resultantes da execução do contrato será procedido de acordo com as Autorizações de Produção ou de Veiculação, conforme o caso, emitidas pela CONTRATANTE, em caso de veiculação da peça publicitária:

a) nota fiscal/fatura que especifique o serviço executado, mencionando os respectivos números da licitação e do contrato;

b) cópia das notas/faturas de serviços de terceiros, expedidas em nome da CONTRATANTE, aos cuidados da agência contratada;

9.3 - Quaisquer descontos especiais resultantes de negociação, que venham a ser concedidos pelos

veículos de comunicação, prestadores de serviços ou fornecedores, deverão ser integralmente repassados para a CONTRATANTE.

9.4 - Não serão realizados pagamentos de despesas decorrentes da execução dos serviços objeto do presente Contrato, através de descontos de duplicatas, factoring ou quaisquer outras espécies de antecipação da receita.

9.5 - O atraso na apresentação da fatura por parte da CONTRATADA ou do veículo de comunicação implicará na automática prorrogação do prazo de vencimento pelo período equivalente ao atraso.

9.6 - Constatado que os documentos de cobrança apresentados pela CONTRATADA ou do veículo de comunicação estão incompletos ou contêm erro, o prazo para pagamento somente será contado a partir da reapresentação dos documentos devidamente corrigidos.

9.7 - As formas de remuneração estabelecidas nesse Contrato poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste ajuste.

9.8 - O valor contratado, no que se refere à Tabela Referencial de Preços vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso - SINAPRO-MT, somente poderá ser reajustado após doze meses da assinatura do contrato, tendo como referência para o reajuste a data fixada para apresentação das propostas de preços no processo licitatório, com base no Índice Nacional de Preços ao Consumidor - INPC do IBGE.

10 - CLÁUSULA DÉCIMA- DIREITOS AUTORAIS

10.1 - A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, sem ônus, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

10.1.2 - A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referido direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3 - A critério da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poder Executivo Municipal, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.2 - Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão - definitiva ou por tempo limitado - será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.3 - A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) e os de cessão dos demais direitos.

10.4 - A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

10.4.1- Que à Contratante será entregue uma cópia em DVD, de todo o material de mídia eletrônica produzido;

10.4.2 - A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

10.4.3 - Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

11 - CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS.

11.1 - As sanções contratuais serão, conforme Capítulo IV, Seção II, da Lei 8.666/93 e alterações posteriores:

- a) Advertência;
- b) Multa
- c) Suspensão temporária para participação de licitações
- d) Impedimento de contratar e declaração de inidoneidade.

11.2 - A aplicação das sanções administrativas poderão ser aplicadas na seguinte forma, não impedindo que se aplique outra mais adequada ao caso:

* Advertência: geralmente aplicada para o caso de não atendimento de prazos para execução de serviços;

* Multas: serão aplicadas conforme segue:

a) 1% (um por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 20% (vinte por cento) na hipótese de reincidência no descumprimento de prazos para execução de serviços;

b) 5% (cinco por cento) sobre o valor total atualizado desse Contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração de quaisquer outras cláusulas contratuais.

c) As penalidades relativas ao impedimento de contratar com a Administração e declaração de inidoneidade por período de até 2 (dois anos), serão cominadas nas condições definidas pela CONTRATANTE, em caso de faltas graves ocorridas na vigência do Contrato, apuradas em processo administrativo.

11.3 - A aplicação das penalidades admite os recursos estabelecidos na Lei das Licitações.

11.4 - As penalidades poderão ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, nos termos do art. 87 da Lei 8.666/93.

11.5 - O valor da multa poderá ser descontado de eventuais créditos da CONTRATADA.

12 - CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DISPOSIÇÕES GERAIS

12.1 - Em caso da CONTRATADA constituir preposto para tratar de assuntos pertinentes à execução do presente Contrato será a Associação Mato-grossense dos Municípios.

12.2 - Não é admitida a subcontratação dos serviços internos relativos à execução do presente Contrato.

12.3 - A CONTRATADA se conduzirá em conformidade com o Código de Ética do Conselho de Ética do SINAPRO-MT e pelas demais normas vigentes, com a finalidade de produzir serviços que estejam de acordo com a lei e a moral.

12.4 - O presente Contrato poderá ser denunciado a qualquer tempo, independentemente do que se encontra estipulado na cláusula décima primeira e de interpelação judicial ou extrajudicial, por qualquer das partes, mediante aviso prévio com antecedência de trinta dias, através de correspondência protocolada na sede da outra parte, sem que possa ser pleiteado qualquer tipo de indenização, não importando a natureza, exceto o pagamento de despesas por serviços autorizados e já realizados.

12.5 - O Valor previsto no presente Contrato poderá ser utilizado total ou parcialmente, a critério da CONTRATANTE, não cabendo à CONTRATADA indenização por qualquer natureza, em face dos eventuais saldos orçamentários ou financeiros que possam existir.

12.6 - A CONTRATADA obriga-se a aceitar, em cada exercício financeiro, acréscimos limitados a 25% (vinte e cinco por cento), ou supressões de qualquer ordem no valor inicial e atualizado do presente Contrato.

13 - CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA FORO

Fica eleito o Foro de Cuiabá, Estado de Mato Grosso, com a renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja para serem dirimidas questões originárias da execução do presente Contrato.

E, por assim estarem justos e contratados, assinam o presente Termo em 3 (três) vias de igual teor e forma, juntamente com as testemunhas abaixo.

Cuiabá/MT,de 2015.



Associação Mato-grossense dos Municípios

www.amm.org.br | ammpresidencia@gmail.com

Presidente
Contratante

Contratada

Assessora Jurídica

Testemunhas:

1 _____

Nome:
CPF n.º

2 _____

Nome:
CPF n.º

TERMO DE REFERÊNCIA - ANEXO III

Plano de Comunicação

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação	Nota Máxima
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO Texto de até 3 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a AMM e entendimento.	a) Das características da AMM e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.		8
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da AMM com seu público.		6
	c) Do papel da AMM no atual contexto social, político e econômico.		6
SUBTOTAL MÁXIMO 20 PONTOS			

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação	Nota Máxima
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até 3 laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentara a comunicação da AMM.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da AMM conforme briefing.		5
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.		5
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da AMM. com seus públicos.		4
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da AMM.		4
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.		2
SUBTOTAL MÁXIMO 20 PONTOS			
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação	Nota Máxima

3) IDEIA CRIATIVA Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de Mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da AMM.		2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da AMM.		2
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.		2
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.		2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.		2
	f) Sua pertinência a atividade desenvolvida pela AMM e sua inserção na sociedade.		2
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentada.		1
	h) A exequibilidade das peças.		1
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios proposto		1
SUBTOTAL MÁXIMO 15 PONTOS			

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação	Nota Máxima
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA Texto de até duas laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.		3
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.		3
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas alíneas anteriores.		3
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da AMM.		2
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.		2

	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.		2
SUBTOTAL MÁXIMO 15 PONTOS			

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação	Nota Máxima
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros.		3
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.		3
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição da AMM, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato		2
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a AMM e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.		2
SUBTOTAL MAXIMO 10 PONTOS			

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação	Nota Máxima
REPERTÓRIO Apresentado de peças com	a) Idéia criativa e sua pertinência.		2

apresentação sucinta do problema que se propõe.	b) Clareza da exposição do problema publicitário.		2
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.		2
	d) Relevância dos resultados apresentados.		2
	e) Qualidade da execução do acabamento.		2
SUBTOTAL MAXIMO 10 PONTOS			

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação	Nota Máxima
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DO COMUNICAÇÃO descrições de soluções e problemas de comunicação formalmente referendados pelos respectivos anunciante.	a) Concatenação lógica da exposição.		3
	b) Evidência de planejamento publicitário.		2
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.		3
	d) Relevância dos resultados apresentados. Case histories formalmente referendados pelos respectivo.		2
SUBTOTAL MÁXIMO DE 10 PONTOS			

TOTAL MÁXIMO DE 100 PONTOS

ANEXO IV
PROPOSTA DE PREÇOS
(papel timbrado da empresa)

RAZÃO SOCIAL: _____
CNPJ-MF: _____ FONE/FAX _____

Especificação	Percentual de desconto
Percentual de desconto a ser aplicado sobre a tabela de Preços Referenciais de Serviço Internos da Agência de Publicidade, expedida pelo Sindicato das Agências de Publicidades de Mato Grosso (SINAPRO/MT). % (.....)

Forma de Pagamento: Conforme Edital
Validade da Proposta: 60 dias

Local e Data

Assinatura Sócio Proprietário da Empresa
Carimbo com CNPJ da empresa

ANEXO V
DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA FAZER CRC
PESSOA JURÍDICA

- Contrato social da empresa em vigor;
- Telefone para contato;
- RG e CPF dos sócios da empresa;
- Alvará de funcionamento – ano atual;
- Inscrição no CNPJ (cadastro nacional de pessoa jurídica) – situação ativa;
- Inscrição estadual - dentro do prazo de validade;
- Certidão negativa de tributos municipais e da dívida ativa municipal;
- Certidão negativa de débitos da receita federal e dívida ativa federal (conjunta);
- Certidão de regularidade do FGTS
- Certidão de regularidade do INSS;
- Atestado de capacidade técnica
- Carta de apresentação da empresa (cópia do RG e CPF do administrador);
- Conta bancária – pessoa jurídica (banco - agência/cidade-conta corrente);
- Declaração em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição federal;
- Declaração de disponibilidade de entrega dos produtos ou realização de serviços conforme licitação, sob a pena do art. 299 do código penal;

Observação: Os documentos relativos à efetivação do CRC deverão ser encaminhados com antecedência ao Departamento de Protocolo da Associação Mato-grossense dos Municípios, em cópia simples ou autenticada. Após será remetido ao Departamento de Licitação para análise minuciosa dos documentos encaminhados, onde, o referido Departamento procederá a sua análise. O Certificado de Registrado Cadastral somente terá validade enquanto todas as certidões nele constantes estiverem válidas. Quanto à disponibilização do Certificado de Registrado Cadastral, o departamento de licitações realizara os procedimentos em conformidade com a Lei Federal nº 8.666/1993.

ANEXO VI

TOMADA DE PREÇO Nº ____/____

TERMO DE CREDENCIAMENTO

Através do presente, credenciamos o (a) Sr.(a)....., portador(a) do RG n.º.....e do CPF n.º....., a participar da licitação instaurada pela Associação Mato-grossense dos Municípios – Estado de Mato Grosso, na modalidade TOMADA DE PREÇO n.º ____/____, na qualidade de representante legal, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da empresa....., bem como formular propostas, renunciar direitos, desistir de recursos e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

....., de de 2015.

Assinatura do Sócio Proprietário da Empresa

OBS: Documento com firma reconhecida em cartório.

ANEXO VII
MODELO DE DECLARAÇÃO (PESSOA JURÍDICA)

NOME DA EMPRESA N° CNPJ

A
ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS
MODALIDADE DE LICITAÇÃO.....
LICITAÇÃO N°

DECLARAÇÃO

NOME DA EMPRESA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CPNJ n° _____ e inscrição estadual n° _____, estabelecida a _____, bairro _____, Município de _____, estado de _____ CEP _____, através de seu representante legal abaixo assinado, com cumprimento ao solicitado no edital de licitação DECLARA, sob as penas da lei, que:

Não possui em seu quadro de pessoal, empregados com menos de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menores de 16 (dezesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal e inciso V, art. 27, da Lei 8.666/93, com redação determinada pela lei 9.854/1999.

O que declaramos acima é verdade e por isso damos fé.

Município/ Estado, dia /mês/ano

ASSINATURA RESPONSÁVEL DA EMPRESA (Carimbo com CNPJ da empresa)

ANEXO VIII
MODELO DE DECLARAÇÃO (PESSOA JURÍDICA)

NOME DA EMPRESA N° CNPJ

A
ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS
MODALIDADE DE LICITAÇÃO.....
LICITAÇÃO N°

DECLARAÇÃO

NOME DA EMPRESA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CPNJ n° _____ e inscrição estadual n° _____, estabelecida a _____, bairro _____, Município de _____, estado de _____ CEP _____ DECLARO, que recebi todos os documentos, tenho conhecimento de todas as informações e das condições estabelecidas no presente edital, bem como concordo com todos os itens estabelecidos no referido edital.

O que declaramos acima é verdade e por isso damos fé.

Município/ Estado, dia /mês/ano

ASSINATURA RESPONSÁVEL DA EMPRESA (Carimbo com CNPJ
da empresa)

ANEXO IX
MODELO DE DECLARAÇÃO (PESSOA JURÍDICA)

NOME DA EMPRESA N° CNPJ

A
ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS
MODALIDADE DE LICITAÇÃO.....
LICITAÇÃO N°

DECLARAÇÃO

NOME DA EMPRESA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CPNJ n° _____ e inscrição estadual n° _____, estabelecida a _____, bairro _____, Município de _____, estado de _____ CEP _____, através de seu representante legal abaixo assinado, com cumprimento ao solicitado no edital de licitação DECLARA, sob as penas do art. 299 do Código Penal, de que terá a disponibilidade, caso venha vencer o certame, realizará a entrega dos itens nos prazos e/ou condições previstas no edital e termo de referência.

O que declaramos acima é verdade e por isso damos fé.

Município/ Estado, dia /mês/ano

ASSINATURA RESPONSÁVEL DA EMPRESA (Carimbo com CNPJ
da empresa)

ANEXO X
MODELO DE DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE **(PESSOA JURÍDICA)**

NOME DA EMPRESA N° CNPJ

A
ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS
MODALIDADE DE LICITAÇÃO.....
LICITAÇÃO N°

DECLARAÇÃO

A Signatária _____, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CPNJ n° _____, estabelecida a _____, bairro _____, Município de _____, estado de _____ CEP _____, através de seu representante legal abaixo assinado, com cumprimento ao solicitado no edital de licitação DECLARA, sob as penas da lei, que:

Está apta a tomar parte do processo licitatório, tendo em vista inexistir contra a mesma Declaração de Inidoneidade emitida por órgão de Administração Pública Federal, Estadual, Municipal ou do Distrito Federal.

O que declaramos acima é verdade e por isso damos fé.

Município/ Estado, Dia /Mês/Ano

ASSINATURA RESPONSÁVEL DA EMPRESA **(Carimbo com CNPJ da empresa)**

ANEXO XI

MODELO DE ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

(Timbre/logomarca da Pessoa Jurídica Emitente)

A (empresa emitente) _____
localizada à _____, com Inscrição Estadual sob nº _____ e CNPJ sob nº _____
_____ atesta para os devidos fins que a Empresa
_____ com Inscrição Estadual sob nº _____ e
CNPJ sob nº _____, com sede na _____, presta serviços
de....., sendo cumpridora dos prazos e termos firmados na contratação, não havendo
contra a mesma nenhum registro que a desabone.

Local e Data

(Nome completo por extenso do responsável pela Pessoa Jurídica
emitente deste atestado e sua assinatura)