



Aviso publicado no Jornal O Sul, DOE e DEMP do dia 14/06/10

**PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA
EDITAL DE LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS N.º 04/2010
PROCESSO N.º 002419-09.00/10-2
TIPO TÉCNICA E PREÇO**

Tomada de preços para contratação de AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, realizados integradamente, com abrangência estadual, para o Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul.

O ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, por intermédio da PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA, órgão administrativo do MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, torna público que fará realizar a Tomada de Preços n.º 04/2010, do tipo TÉCNICA E PREÇO, sob a forma de EXECUÇÃO INDIRETA, em regime de EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL, nas dependências da Procuradoria-Geral de Justiça, na Rua General Andrade Neves, n.º 106, 17.º andar, Centro, CEP: 90010.210, nesta Capital, fones (51) 3295-8065/8048/8044, fax (51) 3295-8034 e e-mail cplc@mp.rs.gov.br, conforme ITEM N.º 1 - Do Objeto e especificações anexas, com as condições previstas neste EDITAL, bem como o disposto nas Leis n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, e n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, e suas alterações. O processamento e o julgamento da licitação serão conduzidos pela Comissão Permanente de Licitações, que receberá os documentos e as propostas em sessão pública a ser realizada conforme abaixo indicado, com exceção do julgamento das propostas técnicas, que será realizado por subcomissão técnica, constituída nos termos do artigo 10 da Lei Federal n.º 12.232/2010.

LOCAL: Rua Gen. Andrade Neves, 106, 17.º andar, Porto Alegre (RS)
DATA: 15 de julho de 2010
HORA: 14 horas

1. DO OBJETO

1.1. TOMADA DE PREÇOS para contratação de AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, realizados integradamente, com abrangência estadual, para o Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul, conforme especificações constantes nos Anexos deste Edital.

2. DA PARTICIPAÇÃO

2.1. Somente poderão participar desta TOMADA DE PREÇOS as empresas que satisfaçam as exigências do Edital e da Lei n.º 8.666/93, e alterações, **não sendo admitida a participação** de empresas: (a) sob regime falimentar; (b) reunidas em consórcios; (c) que possuam sócio(s), gerente(s) ou diretor(es) que sejam cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, de Membro ou de servidor ocupante de cargo de direção, chefia ou assessoramento no âmbito do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul; ou (d) que não sejam agências de publicidade e propaganda.



2.2. Também somente participarão deste certame, os licitantes que apresentarem, na hora e local marcados neste Edital, os QUATRO ENVELOPES fechados e indevassáveis, contendo, respectivamente, a proposta técnica (ENVELOPES N.º 1, 2 e 3) e a proposta de preço (ENVELOPE N.º 4).

2.3. O Anexo VIII - Declaração em face da Resolução n.º 37/2009 do CNMP – deverá ser entregue juntamente com os envelopes relacionados nos dispositivos anteriores. O licitante que não prestar tal declaração não participará do certame.

2.4. As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte deverão apresentar comprovantes dessa qualidade no momento da apresentação dos envelopes, sob pena de não gozarem dos benefícios (que couberem a este tipo de licitação) de que trata a Lei Complementar n.º 123/06.

3. DO CREDENCIAMENTO

3.1. Para fins de **credenciamento dos representantes** às sessões licitatórias, deverá ser apresentada à Comissão Permanente de Licitações, em original ou cópia autenticada, **fora dos envelopes: (a) AUTORIZAÇÃO** lavrada nos termos do modelo do **Anexo IX**; **(b)** ou procuração pela qual o licitante habilita seu representante com plenos poderes de decisão, inclusive para renunciar ao direito de interposição de recursos; **(c)** ou documento legal que comprove ser o participante sócio da licitante, com poderes para representá-la.

3.2. O credenciado também deverá apresentar o respectivo documento de identidade.

4. DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES N.º 1, 2 e 3)

4.1. A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no *briefing* (Anexo II), e de um conjunto de informações referentes ao proponente.

4.2. O **plano de comunicação publicitária** será composto dos seguintes quesitos:

4.2.1 - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Ministério Público do RS, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

4.2.2 - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Ministério Público do RS;

4.2.3 - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

4.2.4 - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada pela Contratante, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

4.3. A **capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos** por ele realizados para seus clientes será avaliado da seguinte forma:



4.3.1 – Apresentação de 01 (uma) **campanha publicitária de teor institucional**, veiculada em âmbito estadual, regional ou nacional, informando o título, as peças, o resumo da mídia e do problema que a campanha se propunha a resolver, o período de veiculação e os veículos que exibiram a campanha;

4.3.2 – **quantificação e qualificação** (sob a forma de currículo resumido) **dos profissionais** que serão postos à disposição da Contratante, de maneira discriminada, por setor (estudo e pesquisa; planejamento; criação; produção de rádio, cinema e televisão; produção gráfica; mídia e atendimento);

4.4. Será atribuída a pontuação máxima de 100 (cem) pontos à proposta técnica. A Nota Técnica corresponderá a 60% (sessenta por cento) da Nota Final, conforme descrito no subitem 9.4 infra.

4.5. **A pontuação para a proposta técnica obedecerá o disposto no Anexo III deste Edital.**

4.6. Serão desclassificadas as propostas que obtiverem Nota Técnica inferior a 60 (sessenta) pontos ou que obtiverem nota zero em quaisquer dos subitens a serem pontuados.

4.7. Se a Proposta Técnica for desclassificada, será devolvido ao licitante, ainda fechado e após o total esgotamento da fase recursal relativa ao julgamento das propostas técnicas, o ENVELOPE DE N.º 4 - PROPOSTA DE PREÇO, nos termos do artigo 46, inciso IV da Lei n.º 8666/93.

5. DA PROPOSTA DE PREÇO (ENVELOPE N.º 04)

5.1. Da proposta de preços constará, **sob pena de desclassificação**:

(a) o percentual de desconto sobre a tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da Agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros);

(b) o percentual de desconto sobre os honorários de 15% (quinze por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, decorrente de estudos ou criação intelectual da licitante;

(c) o percentual de desconto sobre os honorários de 10% (dez por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou o custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento;

(d) declaração de que os percentuais de desconto ofertados abrangem todos os custos necessários para a realização dos serviços, incluindo impostos, taxas, encargos sociais e trabalhistas, administração, custos diretos e indiretos e todos os outros ônus federais, estaduais e/ou municipais indispensáveis para o cumprimento do objeto da presente licitação;

(e) declaração sobre o prazo de validade da proposta, que não poderá inferior a 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura do Envelope N.º 01.

5.2. A licitante deverá indicar nome, nacionalidade, estado civil, profissão, cargo/função exercido, CPF/MF, Cédula de Identidade Civil e domicílio da pessoa que, em caso de ser julgada vencedora, irá assinar o Contrato.



5.3. Será atribuída a pontuação máxima de 100 (cem) pontos à proposta de preços. A Nota de Preço corresponderá a 40% (quarenta por cento) da Nota Final, conforme descrito no subitem 9.4 infra.

5.4. A pontuação para a proposta de preços obedecerá o disposto no Anexo III deste Edital.

6. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO

6.1. A Proposta Técnica será apresentada em três envelopes distintos.

6.1.1. O Envelope nº 1 conterá a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) da Proposta Técnica, não podendo ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar – até a abertura do Envelope nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

6.1.1.1. A Comissão Permanente de Licitações só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no Envelope nº 1, fornecido obrigatoriamente pela CPLIC/PGJ/MPRS, devendo ser retirado pelos interessados em participar da presente licitação, até o terceiro dia útil anterior à data prevista para a sessão de abertura da licitação, das 8h30min às 12h e das 13h30min às 18h, na Rua General Andrade Neves, 106, 17.º andar, Centro, em Porto Alegre – RS..

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

- a) em papel A4, branco;
- b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- c) sem recuos nos parágrafos e linhas subseqüentes;
- d) com textos justificados;
- e) com espaçamento “simples” entre as linhas;
- f) com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- g) com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) em caderno único;
- i) sem identificação da licitante.

6.1.1.2.1. As especificações do subitem 6.1.1.2 aplicam-se, no que couber, ao quesito Idéia Criativa.

6.1.1.2.2. As tabelas, gráficos e planilhas da estratégia de mídia e não mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos.

6.1.1.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.



6.1.1.4. Os exemplos de peças mencionados na Idéia criativa, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do Envelope nº 1.

6.1.2. O **Envelope nº 2 conterá a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária da Proposta Técnica**, expondo as seguintes informações:

Envelope nº 2
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
(Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia)
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Tomada de Preços nº 04/2010

6.1.2.1. O Envelope nº 2 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

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

6.1.3. O **Envelope nº 3 conterá as demais informações integrantes da Proposta Técnica** (Capacidade de Atendimento e nível dos trabalhos), expondo as seguintes informações:

Envelope nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento e nível dos trabalhos
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Tomada de Preços nº 04/2010

6.1.3.1. O Envelope nº 3 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

6.1.3.2. O Envelope nº 3 e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento e nível dos trabalhos) não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Envelope nº 1) e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

6.2. A **Proposta de Preços deverá ser apresentada no Envelope nº 4**, expondo as seguintes informações:

Envelope nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Tomada de Preços nº 04/2010

6.2.1. O Envelope nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

6.2.2. A Proposta de Preços deverá ser apresentada conforme o formulário-modelo constante do ANEXO IV ou em papel que identifique a licitante, datilografada ou impressa por meio eletrônico (não podendo ser manuscrita, portanto), contendo todo o conteúdo do subitem 5.1, além de (a) ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente –, com clareza, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, (b) ter suas páginas numeradas sequencialmente, (c)



e ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7. DA HABILITAÇÃO:

7.1. Os licitantes cadastrados na Central de Compras – CECOM deverão apresentar:

a) Certificado de Fornecedores do Estado – CFE, em vigor, expedido pela Central de Compras – CECOM, na família 047, acompanhado do anexo respectivo e de documentos válidos, sempre que algum dos documentos elencados no anexo esteja com o prazo de validade expirado;

b) declaração, nos exatos termos do **Anexo VI**, firmada pelo licitante ou seu representante legal (Lei n.º 8.666/93, art. 32, § 2.º);

c) quanto à qualificação técnica:

c.1) no mínimo, um atestado, fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, atestando a qualidade dos serviços oferecidos pela licitante, em atividade pertinente e compatível em características com o objeto da presente licitação;

c.2) no mínimo, um atestado, fornecido por Veículo de Comunicação, de abrangência estadual, regional ou nacional, informando o fiel cumprimento, por parte da licitante, dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes;

c.3) declaração de que a empresa dispõe, e manterá durante toda a vigência do contrato, caso venha a sagrar-se vencedora, dos departamentos indispensáveis ao funcionamento de uma agência de publicidade e propaganda, entendidos como: atendimento, criação, mídia, produção RTVC, produção gráfica, design gráfico e administrativo;

c.4) alvará de localização, ou outro documento, que comprove ter a licitante sede, filial, sucursal ou escritório de representação em Porto Alegre ou declaração comprometendo-se a, caso venha a sagrar-se vencedora do certame, instalar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da assinatura do contrato, filial, sucursal ou escritório de representação em Porto Alegre, com estrutura técnica e operacional suficiente para atender aos fins e objetivos da presente licitação.

d) certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

e) declaração de que observa a vedação do inciso XXXIII do art. 7.º da Constituição Federal, estando em situação regular perante o Ministério do Trabalho (Anexo VII).

7.2. Os licitantes não cadastrados junto à Central de Compras – CECOM, deverão apresentar, até o terceiro dia anterior à data aprezada para o recebimento dos documentos de habilitação, perante a Comissão Permanente de Licitações, além dos documentos exigidos no subitem 7.1, alíneas “b”, “c”, “d” e “e”, mais os seguintes itens:

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores; ou

a.1) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício; ou

a.2) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

b) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);



c) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

d) certidões negativas (ou positivas com efeitos de negativa), expedidas pela Fazenda Pública Federal, pela Fazenda Pública Estadual e pela Fazenda Pública Municipal do domicílio ou sede do licitante, referente a todo e qualquer tributo, inclusive em relação à dívida ativa tributária;

e) prova de regularidade relativa à Seguridade Social – INSS (Certidão Negativa de Débito – CND);

f) prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS (Certidão de Regularidade de Situação);

g) certidão negativa de falência e/ou concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física;

h) Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei (assinados pelo contabilista e pelo titular ou representante legal da entidade, **acompanhados do Termo de Abertura do Livro Diário e das respectivas NOTAS EXPLICATIVAS**), vedada sua substituição por balancetes ou balanço provisório, que comprovem a boa situação financeira da empresa, de acordo com as instruções e procedimentos para avaliação da capacidade financeira de licitantes, elaborados pela Contadoria e Auditoria-Geral do Estado - CAGE, e adotados no âmbito da Administração Pública Estadual pelo Decreto n.º 36.601, de 10 de abril de 1996;

OBSERVAÇÃO -- As contas contábeis poderão ser atualizadas por índices oficiais, quando encerradas a mais de três meses da data de apresentação da proposta, hipótese em que deverá ser apresentado, em anexo, a memória do cálculo.

i) formulário Análise Contábil da Capacidade Financeira de Licitante – ACF, disponível no site “<http://www.mp.rs.gov.br/licitacoes/legislacao>”, com o Decreto n.º 36.601, de 10 de abril de 1996, integralmente preenchido, tendo como base a Tabela de Decil, Seção “O”. Será considerado habilitado o licitante que obtiver a nota de Capacidade Financeira Relativa igual ou superior a **2,0 (dois)**.

7.3. A apresentação do *Certificado de Capacidade Financeira Relativa de Licitante*, emitido pela Contadoria e Auditoria-Geral do Estado – CAGE, respeitado seu período de validade, dispensa a apresentação dos documentos relativos às alíneas “**h**” e “**i**” do subitem 7.2 deste Edital.

7.4. As certidões negativas que não tenham prazo de validade expressa no documento, ou fixado em lei federal, serão tidas como válidas pelo prazo de noventa (90) dias, contado da data de sua emissão.

7.5. Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente, pela publicação em órgão da imprensa oficial ou por servidor da Administração. Nesta última hipótese, o licitante interessado deverá apresentar a documentação à Unidade de Protocolo e Expedição, no 6.º andar do Edifício Sede, **até o último dia anterior à data estabelecida para a entrega da habilitação**.

7.6. As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte deverão juntar comprovantes dessa qualidade no envelope de n.º 1 sob pena de não gozarem dos privilégios de que trata a Lei Complementar n.º 123/06.

8. DO PROCEDIMENTO

8.1. **RECEBIMENTO DOS ENVELOPES:** No dia, hora e local designados no preâmbulo deste Edital, na presença dos licitantes e demais pessoas presentes ao ato público, a Comissão



Permanente de Licitações receberá os ENVELOPES N.º 1, N.º 2, N.º 3 e N.º 4, devidamente fechados e indevassáveis.

8.2. Em nenhuma hipótese serão recebidos envelopes após o prazo estabelecido neste Edital.

8.3. Entregues os envelopes, fica vedada a desistência, a retificação ou alteração de documentos ou propostas, salvo, em relação à desistência, por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

8.4. Os integrantes da subcomissão técnica de que trata o subitem 8.10 deste Edital não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as propostas técnicas e de preços.

8.5. Os envelopes padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitações se não apresentarem informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante. Sendo o caso de haver elemento identificador, a Comissão Permanente de Licitações não receberá os envelopes.

8.5.1. A Comissão Permanente de Licitações não lançará nenhuma informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante nos envelopes padronizados da via não identificada do plano de comunicação publicitária.

8.6. **ABERTURA ENVELOPE N.º 1:** A Comissão Permanente de Licitações procederá à abertura dos Envelopes de N.º 1 (via não identificada da proposta técnica).

8.6.1. A Comissão Permanente de Licitações não lançará nenhuma informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

8.6.2. Os documentos que compõem o Envelope n.º 1 serão rubricados pelos presentes e pelos membros da Comissão Permanente de Licitações.

8.6.3. Será desclassificada e ficará impedida de participar do restante do certame a licitante cujos documentos que compõem o Envelope n.º 1 contiverem informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a sua autoria em momento anterior à abertura do Envelope n.º 2.

8.6.4. Os documentos que compõem o Envelope de n.º 1 serão realocados nos seus invólucros respectivos, e aguardarão a providência de que trata o subitem 8.10 deste Edital.

8.7. **ABERTURA ENVELOPE N.º 3:** A Comissão Permanente de Licitações procederá à abertura dos Envelopes de N.º 3 (demais informações da proposta técnica).

8.7.1. É vedada aos licitantes a aposição, no Envelope n.º 3 e/ou nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite identificar a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura do Envelope n.º 2.

8.7.2. Os documentos que compõem o Envelope n.º 3 serão rubricados pelos presentes e pelos membros da Comissão Permanente de Licitações.

8.7.3. Será desclassificada e ficará impedida de participar do restante do certame a licitante que desrespeitar o disposto no subitem 8.7.1 deste Edital.



8.7.4. Os documentos que compõem o Envelope de n.º 3 serão realocados nos seus invólucros respectivos e colocados em envelope único, rubricado pelos licitantes presentes e pelos membros da Comissão, que os manterá sob sua guarda e responsabilidade, até o momento de repassá-los à subcomissão técnica de que trata o subitem 8.10 deste Edital.

8.8. Os envelopes 2 e 4, ainda fechados, serão colocados em envelope único, rubricado pelos licitantes presentes e pelos membros da Comissão, que os manterá sob sua guarda e responsabilidade.

8.9. Da sessão que receber os Envelopes de N.º 01 a 04, será lavrada ata circunstanciada que mencionará todos os licitantes, as impugnações feitas e demais ocorrências que interessarem ao julgamento da licitação, reservando-se, porém, a Comissão Permanente de Licitações, o direito de levá-las ou não em consideração, devendo a ata ser assinada pelos membros da Comissão e por todos os licitantes presentes.

8.10. **ANÁLISE TÉCNICA ENVELOPE N.º 1:** Encerrada a reunião, os Envelopes de n.º 1, com seus conteúdos, serão repassados à subcomissão técnica, constituída nos termos do artigo 10 da Lei Federal n.º 12.232/2010, mediante termo de recebimento assinado por todos os seus membros, cabendo-lhe:

(a) analisar individualizadamente e julgar o conteúdo das propostas técnicas (vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária), desclassificando aquelas que desatenderem à lei ou ao presente instrumento convocatório;

(b) elaborar planilhas com as pontuações de cada membro da subcomissão para os quesitos de cada proposta e planilha totalizadora da pontuação de quesitos e subquesitos;

(c) elaborar ata de julgamento das propostas e encaminhá-la, juntamente com as planilhas, os Envelopes de n.º 1 com seus conteúdos e a justificativa escrita das razões que fundamentaram as pontuações em cada caso, à Comissão Permanente de Licitações.

8.10.1. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética da pontuação de cada membro da subcomissão técnica.

8.10.2. A subcomissão técnica prevista no subitem 8.10 reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

8.10.3. No caso do subitem 8.10.2, 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 a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

8.10.4. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no subitem 8.10, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação.

8.10.5. O disposto no subitem 8.10.4 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do Envelope de N.º 2.

8.10.6. Se subcomissão técnica prevista no subitem 8.10 verificar a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria da proposta técnica em momento anterior à abertura do Envelope n.º 2 e que não tenha sido constatado antes pela Co-



missão Permanente de Licitações e/ou pelos licitantes que a rubricaram, deverá registrar o fato em ata, a fim de que a Comissão Permanente de Licitações adote as providências do subitem 8.6.3.

8.11. **ANÁLISE TÉCNICA ENVELOPE N.º3:** Recebidos os documentos referidos no subitem 8.10.c, a Comissão Permanente de Licitações os manterá sob sua guarda e responsabilidade, até o momento da abertura do Envelope de n.º 2. Ato contínuo, o envelope único referido no subitem 8.7.4 será aberto e os Envelopes de n.º 3, com seus conteúdos, serão repassados à subcomissão técnica prevista no subitem 8.10, mediante termo de recebimento assinado por todos os seus membros, cabendo-lhe:

(a) analisar individualizadamente e julgar o conteúdo das propostas técnicas (de mais documentos das propostas técnicas), desclassificando aquelas que desatenderem à lei ou ao presente instrumento convocatório;

(b) elaborar planilhas com as pontuações de cada membro da subcomissão para os quesitos de cada proposta e planilha totalizadora da pontuação de quesitos e subquesitos;

(c) elaborar ata de julgamento das propostas e encaminhá-la, juntamente com as planilhas, os Envelopes de n.º 3 com seus conteúdos e a justificativa escrita das razões que fundamentaram as pontuações em cada caso, à Comissão Permanente de Licitações.

8.11.1. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética da pontuação de cada membro da subcomissão técnica.

8.11.2. A subcomissão técnica prevista no subitem 8.10 reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

8.11.3. No caso do subitem 8.11.2, 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 a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

8.11.4. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no subitem 8.10, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação.

8.11.5. O disposto no subitem 8.11.4 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do Envelope de N.º 2.

8.11.6. Se subcomissão técnica prevista no subitem 8.10 verificar a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite identificar a autoria do plano de comunicação publicitária em momento anterior à abertura do Envelope n.º 2 e que não tenha sido constatado antes pela Comissão Permanente de Licitações e/ou pelos licitantes que a rubricaram, deverá registrar o fato em ata, a fim de que a Comissão Permanente de Licitações adote as providências do subitem 8.7.3.

8.12. Recebidos os documentos referidos no subitem 8.11.c, a Comissão Permanente de Licitações os manterá sob sua guarda e responsabilidade, até o momento da abertura do Envelope de n.º 2, que será realizada no prosseguimento da sessão para a qual serão convocados todos os licitantes.



8.13. **ABERTURA ENVELOPE N.º 2:** Aberta a sessão a que alude o subitem anterior, a Comissão Permanente de Licitações poderá adotar o seguinte roteiro:

8.11.6; (a) se for o caso, divulgar as desclassificações previstas pelos subitens 8.10.6 e

(b) abrir os Envelopes de N.º 02;

(c) cotejar as vias não identificadas (Envelope nº 1) com as vias identificadas (Envelope nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária para a identificação de sua autoria;

(d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas pela subcomissão técnica prevista no subitem 8.10 às Propostas Técnicas, constituídas dos quesitos estabelecidos pelo Anexo III deste Edital;

(e) proclamar o resultado de julgamento geral das Propostas Técnicas, divulgando-se as propostas desclassificadas com base nos critérios estabelecidos no instrumento convocatório e a ordem decrescente de classificação.

8.14. Do prosseguimento da sessão de que trata o subitem 8.13, será lavrada ata circunstanciada que mencionará todos os licitantes, as impugnações feitas e demais ocorrências que interessarem ao julgamento da licitação, reservando-se, porém, a Comissão Permanente de Licitações, o direito de levá-las ou não em consideração, devendo a ata ser assinada pelos membros da Comissão e por todos os licitantes presentes.

8.15. A intimação dos licitantes sobre o julgamento das propostas técnicas dar-se-á pessoalmente, se todos os respectivos representantes estiverem presentes, ou por intermédio de publicação do resultado no Diário Eletrônico do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul.

8.16. **RECURSO PROPOSTA TÉCNICA:** O prazo para interposição de recursos quanto ao julgamento das propostas técnicas será de cinco dias úteis, contados da sessão de que trata o subitem 8.13 ou da publicação do resultado no Diário Eletrônico do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul.

8.16.1. Além das atribuições previstas nos subitens 8.10 e 8.11, à subcomissão técnica prevista no subitem 8.10 caberá manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das propostas técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitações.

8.16.2. Tendo havido renúncia expressa da interposição de recurso por todos os licitantes, o procedimento terá prosseguimento na mesma sessão.

8.16.3. Não tendo sido interposto recurso ou tendo sido julgados os recursos interpostos, será realizado o prosseguimento da sessão para o qual serão convocados todos os licitantes. Desta convocação, constará o resultado do julgamento dos recursos.

8.17. **ABERTURA ENVELOPE N.º 4:** No prosseguimento da sessão, a Comissão Permanente de Licitações poderá adotar o seguinte roteiro:

(a) devolver os Envelopes de N.º 04, ainda fechados e mediante recibo, aos licitantes desclassificados;

(b) abrir o Envelope de N.º 04, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos presentes;

(c) julgar as propostas de preços, atribuindo-lhes as notas conforme estabelece o Anexo III deste edital, e, sendo o caso, desclassificando aquelas que não atenderem o exigido pelo instrumento convocatório;



(d) elaborar classificação geral, conforme previsão do subitem 9.1 deste edital, declarando vencedor o licitante que tenha feito a maior Nota Final pela composição das notas técnica e de preço.

8.18. Do prosseguimento da sessão de que trata o subitem 8.17, será lavrada ata circunstanciada que mencionará todos os licitantes, as impugnações feitas e demais ocorrências que interessarem ao julgamento da licitação, reservando-se, porém, a Comissão Permanente de Licitações, o direito de levá-las ou não em consideração, devendo a ata ser assinada pelos membros da Comissão e por todos os licitantes presentes.

8.19. A intimação dos licitantes sobre o julgamento das propostas de preço dar-se-á pessoalmente, se todos os respectivos representantes estiverem presentes, ou por intermédio de publicação do resultado no Diário Eletrônico do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul.

8.20. **RECURSO PROPOSTA DE PREÇO:** O prazo para interposição de recursos quanto ao julgamento das propostas de preço será de cinco dias úteis, contados da sessão de que trata o subitem 8.17 ou da publicação do resultado no Diário Eletrônico do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul.

8.20.1. **ENTREGA DOCUMENTOS HABILITAÇÃO:** Tendo havido renúncia expressa da interposição de recurso por todos os licitantes, a Comissão Permanente de Licitações imediatamente convocará os licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentarem os documentos de habilitação no prazo de cinco dias úteis.

8.20.2. Não tendo sido interposto recurso ou tendo sido julgados os recursos interpostos, será realizado o prosseguimento da sessão para o qual serão convocados todos os licitantes, ocasião em que deverão os classificados apresentarem os documentos de habilitação. Desta convocação, constará o resultado do julgamento dos recursos.

8.21. No prosseguimento da sessão, a Comissão Permanente de Licitações examinará os documentos exigidos por este Edital, decidindo acerca da habilitação ou inabilitação dos licitantes.

8.22. A intimação dos licitantes sobre o julgamento dos documentos de habilitação dar-se-á pessoalmente, se todos os respectivos representantes estiverem presentes, ou por intermédio de publicação do resultado no Diário Eletrônico do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul.

8.23. **RECURSO DOCUMENTOS HABILITAÇÃO:** O prazo para interposição de recursos quanto aos documentos de habilitação será de cinco dias úteis, contados da sessão de que trata o subitem 8.21 ou da publicação do resultado no Diário Eletrônico do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul.

8.24. Os envelopes que não forem retirados pelos licitantes desclassificados no prazo de trinta (30) dias do trânsito em julgado administrativo, serão inutilizados.

9. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO

9.1. As propostas apresentadas de acordo com as especificações e exigências deste Edital serão classificadas pela ordem decrescente das notas finais, respeitado o critério de aceitabilidade dos preços, sendo declarada vencedora a licitante que obtiver maior Nota Final (NF).

9.2. A Nota Técnica (NT) será atribuída pelo somatório de pontos auferidos pelos licitantes em cada um dos pontos de avaliação e nos valores estabelecidos no Anexo III deste edital.



9.3. A Nota de Preço (NP) será atribuída pelo somatório de pontos auferidos pelos licitantes em cada um dos pontos de avaliação e nos valores estabelecidos no Anexo III deste edital.

9.4. As proporções correspondentes às propostas técnicas e de preços são as seguintes:

Melhor técnica - 60 % (sessenta por cento);
Melhor preço - 40 % (quarenta por cento).

9.5. A Nota Final será atribuída segundo a fórmula:

$$NF = 0,6 \times NT + 0,4 \times NP$$

onde

NF = nota final;
NT = nota da proposta técnica;
NP = nota da proposta de preço.

10. DOS CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE

10.1. Será desclassificada a proposta do licitante:

a) que não atender às exigências deste Edital e seus anexos ou deixar de prestar informações complementares quando solicitadas;
b) cuja Proposta Técnica não atingir a pontuação mínima de 60 (sessenta) pontos;
c) cuja Proposta de Preço não contemplar todas as alíneas previstas no subitem 5.1 deste edital ou ofertar valores inferiores aos constantes dos subitens 2.1.1, 2.2.1 e 2.3.1 do Anexo III deste edital.

10.2. Na hipótese de todos os licitantes serem inabilitados ou todas as propostas desclassificadas, poderá ser fixado aos licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas referidas neste item, conforme determina a legislação pertinente.

11. DAS CONDIÇÕES DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

O prazo para o desenvolvimento e entrega final de cada tarefa deverá obedecer ao disposto nos Anexos I e V deste Edital.

12. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

12.1. De todos os atos praticados no curso do procedimento licitatório, caberá recurso nos termos do que dispõe o artigo 109, da Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, e alterações, devidamente protocolado na Comissão Permanente de Licitações da Procuradoria-Geral de Justiça, Rua General Andrade Neves, n.º 106, 17.º andar, nesta Capital, em horário de expediente normal (segunda a sexta-feira, das 8h30min às 12h e das 13h30min às 18h).

12.2. O Recorrente deverá apresentar a petição de recurso, acompanhada de mídia digital (CD), contendo o respectivo arquivo, para fins de dar cumprimento ao disposto na Lei Estadual n.º 11.354, de 19 de julho de 1999.



13. DA ADJUDICAÇÃO

A adjudicação será feita ao licitante vencedor, por meio de contrato, cuja minuta consta deste Edital – seu **Anexo V**.

14. DAS PENALIDADES

As penalidades são as previstas na minuta de Contrato objeto do **ANEXO V**.

15. DAS OBRIGAÇÕES DA(S) VENCEDORA(S)

Prestar os serviços objeto desta licitação dentro dos prazos e condições da proposta aceita, nos exatos termos da lei, do edital (e seus Anexos) e do contrato (Anexo V).

16. DO PAGAMENTO E DA REMUNERAÇÃO

16.1. As condições de pagamento são as estabelecidas na minuta de contrato constante do **ANEXO V**.

16.2. Além da remuneração prevista com base na proposta de preços, a Contratada fará jus ao desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei n.º 4.680/65.

16.3. Poderão os licitantes prever descontos, nos termos da alínea “d”, do inciso XIV, do artigo 40, da Lei n.º 8.666/93.

17. DAS MICROEMPRESAS E DAS EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

17.1. Para fazer uso dos benefícios (que couberem a este tipo de licitação) de que trata a Lei Complementar n. 123/06, as Microempresas e as Empresas de Pequeno Porte deverão, sob pena de preclusão:

(a) comprovar sua condição por ocasião da apresentação dos envelopes, ut item 2.4 do Edital;

(b) ter representante credenciado e presente na sessão de julgamento das propostas de preço;

18. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

18.1. Será desclassificado o licitante que deixar de atender as exigências contidas neste edital e seus anexos ou deixar de prestar informações complementares quando solicitadas.

18.2. Nenhuma indenização será devida aos licitantes pela elaboração e/ou apresentação de propostas à presente Tomada de Preços.

18.3. O resultado desta licitação será publicado no Diário Oficial do Estado, no Diário Eletrônico do Ministério Público do Rio Grande do Sul e na página do Ministério Público do Rio Grande do Sul na internet.



18.4. Haverá consulta prévia ao CADIN/RS, pelo Órgão competente, nos termos da Lei Estadual n. 10.697/96, regulamentada pelo Decreto Estadual n. 36.888/96, bem como ao Cadastro de Fornecedores Impedidos de Licitar e Contratar com a Administração Pública Estadual – CFIL/RS, nos termos da Lei Estadual n. 11.389/99, regulamentada pelo Decreto Estadual n. 42.250/03, em todas as fases do procedimento licitatório e, também, antes da assinatura do contrato.

18.5. É facultado à Comissão Permanente de Licitações, em qualquer fase da licitação, promover diligências destinadas a esclarecer ou completar a instrução do procedimento licitatório, ou solicitar esclarecimentos adicionais aos licitantes.

18.6. A simples participação nesta licitação implica aceitação plena das condições estipuladas no edital.

18.7. Após a homologação, o licitante vencedor será convocado para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, assinar o Contrato (**Anexo V**), sob pena de, não o fazendo, decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei n.º 8.666/93.

18.8. Ocorrendo a hipótese prevista no item 18.7, o objeto da licitação poderá ser adjudicado aos licitantes remanescentes, na ordem de classificação, nas mesmas condições propostas pelo licitante vencedor, inclusive quanto a percentuais de descontos e prazos.

18.9. Os pedidos de esclarecimentos deverão ser encaminhados à Comissão Permanente de Licitações, e entregues protocolados dentro dos prazos previstos na Lei n.º 8.666/93, e alterações, por fac-símile [(51) 3295.8034], por e-mail cplc@mp.rs.gov.br, ou pessoalmente na Rua General Andrade Neves, n.º 106, 17.º andar, Centro, Porto Alegre, RS - f. (51) 3295-8044/8048/8065.

18.10. As despesas correrão por conta da Unidade Orçamentária 09.01, Recurso 0011, Projeto/Atividade 2945, Natureza da Despesa/Rubrica 3.3.90.39/3902.

18.11. Fazem parte deste edital os seguintes anexos:

- (a) **Anexo I** – Especificações Técnicas;
- (b) **Anexo II** – Briefing;
- (c) **Anexo III** – Pontuação para julgamento das propostas técnica e de preços;
- (d) **Anexo IV** – Formulário-modelo para apresentação da proposta de preços;
- (e) **Anexo V** – Minuta do Contrato;
- (f) **Anexo VI** – Declaração (Lei n.º 8.666/93, art. 32, § 2.º);
- (g) **Anexo VII** – Declaração de comprovação de regularidade perante o Ministério do Trabalho;
- (h) **Anexo VIII** – Declaração em face da Resolução n.º 37/2009 do CNMP;
- (i) **Anexo IX** – Autorização para participar da licitação.

18.12. Fica eleito o Foro de Porto Alegre para dirimir quaisquer questões oriundas do procedimento licitatório previsto neste edital.

Porto Alegre, 11 de junho de 2010.

Luís Antônio Benites Michel,
Presidente da Comissão Permanente de Licitação.



**ANEXO I – ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS
TOMADA DE PREÇOS Nº 04/2010
PROCESSO N.º 002419-09.00/10-2
TIPO TÉCNICA E PREÇO**

**CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
- ESPECIFICAÇÕES -**

1. OBJETO

Contratação de AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, realizados integradamente, com abrangência estadual, para o Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul.

2. MOTIVAÇÃO

Ciente do fato de que, para ser reconhecida, uma instituição necessita comunicar, de forma clara e inequívoca, aquilo que faz e os caminhos futuros que pretende trilhar, o Ministério Público do RS está desenvolvendo diversas ações voltadas a aperfeiçoar os mecanismos de comunicação interna e externa, em consonância com os objetivos “Aperfeiçoar a comunicação interna” e “Intensificar a comunicação do MP com a sociedade”, consolidados no Mapa Estratégico da Instituição.

Baseado em diagnóstico realizado por consultoria especializada sobre a área de comunicação da Instituição, associado a duas pesquisas de imagem, realizadas, respectivamente em 2007 e 2008, constatou-se que a sociedade gaúcha não tem a dimensão correta do trabalho do Ministério Público do Rio Grande do Sul. Ainda, verificou-se que, internamente, há pouca divulgação das ações realizadas pela Instituição e que mereceriam, pela sua relevância social, maior divulgação.

Considerando, então, a necessidade de dar maior visibilidade e esclarecimento à sociedade das atribuições e áreas de atuação do Ministério Público, bem como informar melhor aos seus membros e servidores as ações que vem desenvolvendo, busca-se a contratação de empresa especializada para esse serviço, em função da inexistência de estrutura com capacidade e experiência plena para criação, produção e veiculação de material publicitário institucional.

3. DESCRIÇÃO DO OBJETO

Os serviços contratados consistirão em estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação de programas e campanhas institucionais.

3.1 – Poderão ser incluídos dentre os serviços especializados de publicidade e propaganda, as seguintes atividades complementares:

a) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento (pré-teste e pós-teste), vinculados à concepção, criação e resultado de campanhas, peças e materiais publicitários;

b) produção e execução técnica de peças e projetos publicitários criados;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.



3.2 – Não se incluem dentre os serviços contratados quaisquer outras atividades não previstas no presente instrumento, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relação públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

4. OBRIGAÇÕES DAS PARTES

4.1 - Constituem obrigações do CONTRATANTE:

- a) Efetuar o pagamento ajustado, desde que devidamente cumpridas as obrigações atestadas pelo Gestor do Contrato.
- b) Proporcionar à CONTRATADA as condições necessárias ao cumprimento de sua obrigação.
- c) Fiscalizar a prestação dos serviços.
- a) Fornecer à CONTRATADA as informações necessárias ao integral cumprimento do contrato.
- e) Divulgar informações sobre a execução do contrato no sítio do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul na rede mundial de computadores, em especial no que se refere aos nomes de fornecedores de serviços especializados e veículos, bem como valor total pago para cada tipo de serviço e para cada meio de divulgação.

4.2 - Constituem obrigações da CONTRATADA:

- a) Prestar os serviços objeto deste contrato, de acordo com suas especificações e as do edital de licitação.
- b) Obter as melhores condições nas negociações efetuadas com veículos de comunicação e fornecedores, e transferir integralmente ao CONTRATANTE bonificações, reaplicações e outras vantagens, a exceção dos frutos resultantes dos planos de incentivo concedidos por veículo de divulgação.
- c) Conduzir a escolha dos veículos de comunicação de acordo com pesquisas e dados técnicos, de modo a nunca sobrepor, em hipótese alguma, seu interesse em planos de incentivo aos da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que ofereçam;
- d) Comunicar à CONTRATANTE o agendamento das negociações referidas na alínea anterior, possibilitando a participação de representante por ela indicado.
- e) Entregar, mensalmente, junto com a nota fiscal dos serviços, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior, bem como das atividades desenvolvidas e peças produzidas, em CD/DVD.
- f) Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.
- g) Assumir inteira responsabilidade pelas obrigações fiscais decorrentes da execução do presente contrato.
- h) Permitir a fiscalização da execução dos serviços pelo CONTRATANTE.
- i) Não subcontratar outra agência de publicidade e propaganda para a execução dos serviços e compromissos avençados.



- j) Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- k) Centralizar o comando dos serviços objeto deste ajuste em Porto Alegre.
- l) Registrar, em Relatórios de Atendimento, todas as reuniões e comunicações de serviço entre CONTRATANTE e CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas as partes tomem as providências necessárias ao desenvolvimento de suas tarefas e responsabilidades.
- m) Abster-se de divulgar informações acerca deste contrato, envolvendo o CONTRATANTE, a não ser mediante sua prévia e expressa autorização.
- n) Prestar esclarecimentos sobre eventuais atos ou fatos noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.
- o) Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos a que tiver dado causa.
- p) Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários, assim como apresentar, quando solicitado, comprovação de pagamento de encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.
- q) Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- r) Manter, por si, seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados fornecidos pelo CONTRATANTE.
- s) Responder, perante o CONTRATANTE e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro na condução dos serviços de sua responsabilidade.
- t) Responsabilizar-se por eventuais danos causados por culpa ou dolo de seus empregados ou prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais relacionadas com o cumprimento do presente contrato;
- u) Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais relacionados com o objeto deste contrato.
- v) Distribuir e fiscalizar a divulgação dos anúncios de que for incumbida.
- w) Assessorar o CONTRATANTE no sentido de obter o melhor rendimento possível do plano de propaganda e promoção.
- x) Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

5. PROPOSTA TÉCNICA

A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no *briefing* (Anexo II), e de um conjunto de informações referentes ao proponente.



5.1 O plano de comunicação publicitária será composto dos seguintes quesitos:

5.1.1 - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Ministério Público do RS, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

5.1.2 - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Ministério Público do RS;

5.1.3 - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

5.1.4 - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada pela Contratante, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

5.2 A capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes será avaliado da seguinte forma:

5.2.1 – Apresentação de 01 (uma) campanha publicitária de teor institucional, veiculada em âmbito estadual, regional ou nacional, informando o título, as peças, o resumo da mídia e do problema que a campanha se propunha a resolver, o período de veiculação e os veículos que exibiram a campanha;

5.2.2 – quantificação e qualificação (sob a forma de currículo resumido) **dos profissionais** que serão postos à disposição da Contratante, de maneira discriminada, por setor (estudo e pesquisa; planejamento; criação; produção de rádio, cinema e televisão; produção gráfica; mídia e atendimento);

5.3 Será atribuída a pontuação máxima de 100 (cem) pontos à proposta técnica. A Nota Técnica corresponderá a 60% (sessenta por cento) da Nota Final, conforme descrito no subitem 9.4 infra.

5.4 A pontuação para a proposta técnica obedecerá ao disposto no Anexo III deste Edital.

5.5 Serão desclassificadas as propostas que obtiverem Nota Técnica inferior a 60 (sessenta) pontos ou que obtiverem nota zero em quaisquer dos subitens a serem pontuados.

5.6 Se a Proposta Técnica for desclassificada, será devolvido ao licitante, ainda fechado e após o total esgotamento da fase recursal relativa ao julgamento das propostas técnicas, o ENVELOPE DE N.º 4 - PROPOSTA DE PREÇO, nos termos do artigo 46, inciso IV da Lei n.º 8666/93.

6. DA PROPOSTA DE PREÇOS

Na elaboração da proposta deverá ser considerada a formalização de um contrato para o período de 12 (doze) meses ou enquanto houver recurso orçamentário disponível, estimado em R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais).

A agência se remunerará em percentual sobre o mencionado valor, devendo indicar, em sua proposta, os percentuais de acordo com o que segue:



a) o percentual de desconto sobre a tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da Agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros).

b) o percentual de desconto sobre os honorários de 15% (quinze por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, decorrente de estudos ou criação intelectual da licitante.

c) o percentual de desconto sobre os honorários de 10% (dez por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou o custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento.

Além da remuneração prevista com base na proposta de preços, a Contratada fará jus ao desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei n.º 4680/65.

Deverá ser observado que os percentuais deverão abranger todos os custos necessários para a realização dos serviços, incluindo impostos, taxas, encargos sociais e trabalhistas, administração, custos diretos e indiretos e todos os outros ônus federais, estaduais e/ou municipais indispensáveis para o cumprimento do objeto da presente licitação;

A proposta deverá conter o seu prazo de validade, que não poderá inferior a 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura do Envelope N.º 1.

7. HABILITAÇÃO TÉCNICA

Para a verificação da qualificação técnica da agência de publicidade e propaganda, serão exigidos:

7.1. um atestado, no mínimo, fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, atestando a qualidade dos serviços oferecidos pela licitante, em atividade pertinente e compatível em características com o objeto da presente licitação.

7.2. um atestado, no mínimo, fornecido por Veículo de Comunicação, de abrangência estadual, regional ou nacional, informando o fiel cumprimento, por parte da licitante, dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes.

7.3. declaração de que a empresa dispõe, e manterá durante toda a vigência do contrato, caso venha a sagrar-se vencedora, dos departamentos indispensáveis ao funcionamento de uma agência de publicidade e propaganda, entendidos como: atendimento, criação, mídia, produção RTVC, produção gráfica, design gráfico e administrativo.

7.4. alvará de localização, ou outro documento, que comprove ter a licitante sede, filial, sucursal ou escritório de representação em Porto Alegre ou declaração comprometendo-se a, caso venha a sagrar-se vencedora do certame, instalar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da assinatura do contrato, filial, sucursal ou escritório de representação em Porto Alegre, com estrutura técnica e operacional suficiente para atender aos fins e objetivos da presente licitação.

7.5. certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.



8. DA GESTÃO DO CONTRATO

A responsabilidade pela gestão deste contrato será atribuída à Dra. Martha Weiss Jung.

9. CONSIDERAÇÕES GERAIS

Os serviços de publicidade previstos neste objeto serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

Não será permitida a participação de agências em consórcio.



ANEXO II – BRIEFING
TOMADA DE PREÇOS Nº 04/2010
PROCESSO N.º 002419-09.00/10-2
TIPO TÉCNICA E PREÇO

BRIEFING

1. INTRODUÇÃO

Este *briefing* constitui-se em uma peça informativa de suporte para a elaboração da proposta técnica a ser apresentada pelas empresas interessadas na presente licitação.

A campanha simulada será desenvolvida para efeito exclusivo de julgamento da presente licitação, não gerando, para o MPRS, obrigação de executá-la no futuro.

2. VERBA PUBLICITÁRIA

A dotação orçamentária para propaganda e publicidade do MPRS está fixada em R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais) para o exercício de 2010.

3. CARACTERIZAÇÃO

O Ministério Público teve sua autonomia consagrada pela Constituição Federal de 1988, que lhe dedicou um capítulo próprio, declarando-o como "... instituição permanente, essencial à função jurisdicional do Estado, incumbindo-lhe a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis." (art.127), e tem por princípios institucionais a unidade, a indivisibilidade e a independência funcional.

A relevância e credibilidade que o Ministério Público possui nos dias de hoje é reflexo da ampliação de suas funções e da resposta a altura a essas novas atribuições que lhe foram conferidas pela Carta Magna de 1988. Hoje, a Instituição atua em diversas matérias, divididas em sete grandes áreas: Cível e Patrimônio Público; Criminal; Direitos Humanos e Cidadania; Infância e Juventude; Meio Ambiente; Consumidor e Ordem Urbanística

A chefia do Ministério Público do Rio Grande do Sul é exercida pelo Procurador-Geral de Justiça, possuindo em seu quadro 659 membros (Procuradores e Promotores de Justiça), 2052 servidores e 1268 estagiários, que exercem suas atividades em cinco Procuradorias de Justiça (Criminal, Cível, Fundações, Prefeitos e Recursos), 193 Promotorias de Justiça (divididas em entrância inicial, intermediária e final), Corregedoria e órgãos auxiliares. Maiores informações sobre a estrutura do Ministério Público podem ser obtidos no site www.mp.rs.gov.br.

4. PROBLEMAS E OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

O Ministério Público do RS está desenvolvendo diversas ações voltadas a aperfeiçoar os mecanismos de comunicação interna e externa, em consonância com os objetivos "Aperfeiçoar a comunicação interna" e "Intensificar a comunicação do MP com a sociedade", consolidados no Mapa Estratégico.

Entre essas ações, destacamos a realização de pesquisas de imagem em 2007 e 2008 e diagnóstico da área de comunicação da Instituição que apontou, entre outros aspectos, que a



sociedade gaúcha desconhece a real finalidade do Ministério Público e, ainda, confunde o Ministério Público Estadual com o Federal, carecendo a Instituição de uma identidade visual. As associações com o Ministério Público são genéricas, demonstrando a falta da compreensão sobre o que realmente faz o MP.

Considerando o resultado do diagnóstico e das pesquisas de imagem foram propostas ações a serem executadas de forma imediata visando o fortalecimento da imagem e a valorização da atuação dos membros do Ministério Público. Dentre elas, o desenvolvimento de um novo posicionamento de forma a traduzir a forma como a Instituição quer ser percebida pela sociedade.

Com isso, urge o desenvolvimento de uma campanha publicitária institucional com caráter informativo, com vistas a levar à opinião pública o esclarecimento da real função do Ministério Público dentro da estrutura de Estado, divulgar suas atribuições de forma a evidenciar suas áreas de atuação e em que situações as pessoas podem recorrer à Instituição, bem como promover a identidade visual (logo e slogan).

5. PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO

5.1. Necessidade: Campanha publicitária institucional com caráter informativo.

5.2. Objetivo: Esclarecer a real função do Ministério Público dentro da estrutura de Estado, divulgar suas atribuições de forma a evidenciar suas áreas de atuação e em que situações as pessoas podem recorrer à Instituição, e promover a identidade visual (logo e slogan).

5.3. Tópicos relevantes:

5.3.1. Missão: defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis (art. 127 da Constituição Federal).

5.3.2. Visão: “Ser reconhecido como instituição efetiva na transformação da realidade social e protetora dos direitos fundamentais.”

5.3.3. Valores: Compromisso Social, Ética, Independência, Democracia, Efetividade, Transparência, Combatividade, Proatividade.

5.3.4. Áreas de atuação: Cível e Patrimônio Público; Criminal; Direitos Humanos e Cidadania; Infância e Juventude; Meio Ambiente; Consumidor e Ordem Urbanística

5.3.5. Público-alvo: O público da Instituição compreende toda a sociedade. Entretanto, para o objetivo desse *briefing*, podemos dizer que a sociedade se relaciona com o Ministério Público representada, basicamente, por dois grupos:

5.3.5.1. Especialistas: formado pelos profissionais que atuam na área jurídica (Juízes, Advogados, Defensores Públicos, etc.) em um ambiente tipicamente legalista, judicial, a quem interessaria uma apresentação mais formal;

5.3.5.2. Leigos: formado pela população em geral, que se dirige ao Ministério Público em busca de guarida a seus direitos, a quem a Instituição deve passar uma imagem menos formal, através de uma linguagem de fácil entendimento, simples e objetiva, que traduza e desmistifique o que é o Ministério Público e quais são suas funções.

5.3.6. Target: público leigo (população em geral.)

5.3.7. Local e Prazo: em todo o estado do Rio Grande do Sul, por 45 dias.



**ANEXO III – PONTUAÇÃO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS
TÉCNICA E DE PREÇOS
TOMADA DE PREÇOS N.º 04/2010
PROCESSO N.º 002419-09.00/10-2
TIPO TÉCNICA E PREÇO**

1. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

O julgamento das propostas técnicas será realizado pelo somatório dos pontos auferidos de acordo com os fatores de pontuação a seguir discriminados.

1.1. O plano de comunicação publicitária será pontuado **até o máximo de 70 (setenta) pontos**, conforme os seguintes quesitos:

1.1.1. Raciocínio Básico – máximo de 15,0 (quinze) pontos:

- a) o papel do Ministério Público frente aos interesses da sociedade – até 5,0 (cinco) pontos;
- b) as características do MP e de suas áreas de atuação – até 5,0 (cinco) pontos;
- c) Problema específico de comunicação do MPRS – até 5,0 (cinco) pontos.

1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – máximo de 20,0 (vinte) pontos:

- a) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação – até 5,0 (cinco) pontos;
- b) a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta – até 10,0 (dez) pontos;
- c) a viabilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta – até 5,0 (cinco) pontos.

1.1.3. Ideia Criativa – máximo de 20,0 (vinte) pontos:

- a) a adequação da ideia ao problema específico de comunicação – até 4,0 (quatro) pontos;
- b) a originalidade da ideia – até 4,0 (quatro) pontos;
- c) os segmentos de público alcançados pela ideia – até 3,0 (três) pontos;
- d) a pertinência da ideia às atividades do Ministério Público/RS – até 3,0 (três) pontos;
- e) a viabilidade das peças – até 3,0 (três) pontos;
- f) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos – até 3,0 (três) pontos.

1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia – máximo de 15,0 (quinze) pontos:

- a) o conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação da campanha proposta – até 3,0 (três) pontos;
- b) a capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia – até 4,0 (quatro) pontos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores – até 4,0 (quatro) pontos;
- d) a adequação da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças – até 4,0 (quatro) pontos.



1.2. A capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes serão pontuados **até o máximo de 30 (trinta) pontos**, na forma seguinte:

1.2.1. Apresentação de 01 (uma) campanha publicitária de teor institucional – máximo de 10,0 (dez) pontos:

- a) campanha publicitária para instituição/pessoa jurídica de direito privado – 5,0 (cinco) pontos;
- b) campanha publicitária para instituição/pessoa jurídica de direito público – 10,0 (dez) pontos.

1.2.2. Quantificação e qualificação (sob a forma de currículo resumido) dos profissionais que serão postos à disposição da Contratante, de maneira discriminada, por setor (estudo e pesquisa; planejamento; criação; produção de rádio, cinema e televisão; produção gráfica; mídia e atendimento) – máximo de 20,0 (vinte) pontos:

1.2.2.1. Quanto ao número de profissionais colocados à disposição da Contratante, será conferido à licitante 1 (um) ponto para cada integrante colocado à disposição até o máximo de 10 (dez) pontos.

1.2.2.2. Quanto aos membros da equipe com, no mínimo, graduação em comunicação, publicidade ou marketing, será conferido à licitante 1 (um) ponto para cada integrante colocado à disposição até o máximo de 10 (dez) pontos.

2. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO

O julgamento das propostas de preços será realizado pelo somatório dos pontos auferidos de acordo com os fatores de pontuação a seguir discriminados.

2.1. Percentual de desconto sobre a tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da Agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros) – até o máximo de 50,0 (cinquenta) pontos:

O percentual de desconto ofertado (de 43 a 100%) será multiplicado por 0,5 (zero vírgula cinco) pontos, sendo o resultado dessa multiplicação a nota de preço deste subitem.

Nota de Preço do 2.1 = percentual de desconto X 0,5

2.1.1. **Serão desclassificadas as propostas** que apresentarem valores inferiores a 43% (quarenta e três por cento) para este item.

2.2. Percentual de desconto sobre os honorários de 15% (quinze por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, decorrente de estudos ou criação intelectual da licitante – até o máximo de 30,0 (trinta) pontos:

O percentual de desconto ofertado (de 35 a 100%) será multiplicado por 0,3 (zero vírgula três) pontos, sendo o resultado dessa multiplicação a nota de preço deste subitem.

Nota de Preço do 2.2 = percentual de desconto X 0,3

2.2.1. **Serão desclassificadas as propostas** que apresentarem valores inferiores a 35% (trinta e cinco por cento) para este item.



2.3. Percentual de desconto sobre os honorários de 10% (dez por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou o custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento – até o máximo de 20,0 (vinte) pontos:

O percentual de desconto ofertado (de 40 a 100%) será multiplicado por 0,2 (zero vírgula dois) pontos, sendo o resultado dessa multiplicação a nota de preço deste subitem.

Nota de Preço do 2.3 = percentual de desconto X 0,2

2.3.1. **Serão desclassificadas as propostas** que apresentarem valores inferiores a 40% (quarenta por cento) para este item.



**ANEXO IV – FORMULÁRIO-MODELO PARA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS
TOMADA DE PREÇOS N.º 04/2010
PROCESSO N.º 002419-09.00/10-2
TIPO TÉCNICA E PREÇO**

Tomada de Preços n.º 04/2010

Processo n.º 002419-09.00/10-2

OBJETO: Contratação de AGÊNCIA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, realizados integralmente, com abrangência estadual, para o Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul.

Fornecedor
CNPJ
Endereço
Fone/Fax/Email
Contato:

MODALIDADES DE REMUNERAÇÃO	DESCONTO OFERTADO (de 0 a 100%)
A) o percentual de desconto sobre a tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da Agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros).	
B) o percentual de desconto sobre os honorários de 15% (quinze por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, decorrente de estudos ou criação intelectual da licitante.	
C) o percentual de desconto sobre os honorários de 10% (dez por cento), incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou o custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento.	

Declarações:

a) declaração de que os percentuais de desconto ofertados abrangem todos os custos necessários para a realização dos serviços, incluindo impostos, taxas, encargos sociais e trabalhistas, administração, custos diretos e indiretos e todos os outros ônus federais, estaduais e/ou municipais indispensáveis para o cumprimento do objeto da presente licitação;

b) declaração sobre o prazo de validade da proposta, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura do Envelope N.º 1.

Informações para preenchimento do contrato:

Nome:
Nacionalidade, estado civil e profissão:
Cargo/função:
CPF/MF:
Cédula de Identidade Civil:
Domicílio:

Porto Alegre, xx de xxxxxxxx de 2010.

Nome e Carimbo do representante da empresa



**ANEXO V – MINUTA DE CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
TOMADA DE PREÇOS Nº 04/2010
PROCESSO N.º 002419-09.00/10-2
TIPO TÉCNICA E PREÇO**

O ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, por intermédio da PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA, órgão administrativo do MINISTÉRIO PÚBLICO, inscrito no CNPJ sob nº 93.802.833/0001-57, com sede na Rua General Andrade Neves, 106, nesta Capital, por seu representante legal, como contratante, e, inscrita no CNPJ sob nº, com endereço em, telefone nº, CEP, e *mail*, neste ato representada por, como contratada, celebram o presente CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS, em observância ao processo licitatório nº, realizado na modalidade de, sob o nº, regido pela Lei Federal nº 8.666/93, de 21 de junho de 1993, pela Lei Estadual nº 11.389/99, pelo Provimento PGJ/RS nº 33/08 e demais legislação pertinente, nos termos e condições abaixo:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1 - O objeto do presente contrato é a prestação de serviços especializados de publicidade e propaganda, realizados integralmente e divulgados em todo o Estado do Rio Grande do Sul, consistentes no estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação de programas e campanhas institucionais, em consonância com as especificações do Anexo I do Edital e da proposta da CONTRATADA, que integram este instrumento, independentemente de transcrição.

1.2 – Poderão ser incluídos dentre os serviços especializados de publicidade e propaganda, as seguintes atividades complementares:

a) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento (pré-teste e pós-teste), vinculados à concepção, criação e resultado de campanhas, peças e materiais publicitários;

b) produção e execução técnica de peças e projetos publicitários criados;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.3 – Não se incluem dentre os serviços contratados quaisquer outras atividades não previstas no presente instrumento, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relação públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.



CLÁUSULA SEGUNDA – DA EXECUÇÃO DO SERVIÇO

2.1 – Para a execução dos serviços a CONTRATADA deverá obter aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, inclusive para assumir quaisquer despesas decorrentes do contrato (materiais, bens e serviços), como despesas de produção, veiculação e publicidade, mediante amostras, leiautes, provas, pilotos, etc., que comprovem efetivamente os aspectos técnicos dos produtos/serviços contratados.

2.2 – A CONTRATADA deverá executar os serviços por meio de pessoal técnico capacitado, realizando-os com seus próprios recursos ou mediante contratação de terceiros.

2.3 - O prazo de entrega dos serviços solicitados será, em regra, de até 05 (cinco) dias úteis, contados da autorização de serviço, podendo ser prorrogado pela CONTRATANTE, mediante justificativa prévia da CONTRATADA.

CLAUSULA TERCEIRA – DA CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS

3.1 – O fornecimento de bens ou serviços por intermédio de terceiros restringem-se às hipóteses destacadas no item 1.2 da cláusula primeira do presente instrumento.

3.2 - Para bens e serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993, a contratação deverá seguir as seguintes regras:

a) A CONTRATADA deverá efetuar estimativa de preços para todos os serviços realizados por terceiros, submetendo ao CONTRATANTE, no mínimo, 3 (três) propostas detalhadas, com a indicação da mais adequada à sua execução;

b) A estimativa de preços deverá ser efetuada somente com fornecedores cadastrados na Central de Compras – CECOM, entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

c) As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a indicação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados), bem como a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

d) Juntamente com as propostas deverão ser apresentados comprovantes de regularidade fiscal e previdenciária das empresas, bem como certificado de fornecedores do Estado – CFE, em vigor, expedido pela Central de Compras – CECOM, acompanhado do anexo respectivo e de documentos válidos, sempre que algum dos documentos elencados no anexo esteja com prazo de validade expirado;

e) Na impossibilidade de obtenção de três orçamentos, deverá ser apresentada justificativa, por escrito, que será submetida à aprovação da CONTRATANTE;

f) Recebidas as propostas, será realizada aferição da compatibilidade dos preços orçados com aqueles praticados pelo mercado;

g) A CONTRATADA responsabilizar-se-á por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração da estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos pelo CONTRATANTE.



h) Deverão ser submetidos à aprovação prévia do CONTRATANTE todo e qualquer custo que ultrapasse o orçamento aprovado.

i) O pagamento de serviços prestados por terceiros será responsabilidade exclusiva da CONTRATADA.

3.3 – Para bens e serviços cujo valor seja superior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993, a CONTRATADA observará as alíneas “b” a “i” do item anterior, e procederá a coleta dos orçamentos em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública convocada e realizada sob a fiscalização da CONTRATANTE.

CLÁUSULA QUARTA – DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

4.1 - Os serviços da CONTRATADA serão remunerados da seguinte forma:

- a) Valor constante da Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, com desconto de ...%, nos casos de serviços executados internamente pela CONTRATADA, com pessoal e/ou recursos próprios.
- b) Honorários de ... % incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, decorrente de estudos ou criação intelectual da CONTRATADA. (Os honorários correspondem a 15% menos o percentual de desconto indicado na proposta.)
- c) Honorários de ... % incidente sobre o custo de produção realizada por terceiros ou o custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço e/ou suprimento. (Os honorários correspondem a 10% menos o percentual de desconto indicado na proposta.)

4.2 – Além da remuneração acima prevista, a CONTRATADA fará jus ao desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei n.º 4.680/65.

4.3 – Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens, bonificações e reaplicações obtidas pela CONTRATADA em negociações efetuadas com veículos de comunicação e fornecedores, com exceção dos frutos resultantes dos planos de incentivo concedidos por veículo de divulgação à CONTRATADA.

CLÁUSULA QUINTA - DO PAGAMENTO

5.1 – Os pagamentos serão efetuados à CONTRATADA no 10º (décimo) dia do mês seguinte ao de sua prestação, mediante apresentação, ao Gestor do contrato, de documento fiscal de cobrança, acompanhado dos seguintes documentos:

- a) relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior, bem como das atividades desenvolvidas e peças produzidas, em CD/DVD;
- b) documento contendo a tabela de preços do veículo de comunicação, a descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, se houver;
- c) comprovantes de quitação de terceiros pelos serviços prestados à CONTRATADA visando o cumprimento do contrato (notas fiscais/faturas, ou suas cópias, com comprovante de quitação bancária);



d) comprovantes de sua regularidade fiscal (certidões negativas de débito do INSS e FGTS).

5.2 – Não serão efetuados pagamentos em relação a serviços não autorizados pela CONTRATANTE;

5.3 - A remuneração ajustada é considerada completa e abrange todos os tributos (impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e parafiscais), fornecimento de mão-de-obra especializada, leis sociais, seguros, administração, lucros e qualquer despesa, acessória e/ou necessária não prevista no Edital.

5.4 - O pagamento será efetuado por meio de depósito em conta corrente ou ordem de pagamento, no Banco do Estado do Rio Grande do Sul S/A, BANRISUL, e todas as despesas decorrentes, como impostos, taxas, contribuições ou outras, serão suportadas pela CONTRATADA.

5.5 – Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA, enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência, a qual poderá ser compensada com o pagamento pendente, sem que isso gere direito a acréscimos de qualquer natureza.

CLÁUSULA SEXTA - DOS DIREITOS E OBRIGAÇÕES

6.1 – Dos Direitos

Constituem direitos do CONTRATANTE, receber o objeto deste contrato nas condições avençadas e proceder à fiscalização e gerenciamento do contrato e, da CONTRATADA, receber o valor ajustado na forma e no prazo convencionados.

6.2 – Das Obrigações

6.2.1 - Constituem obrigações do CONTRATANTE:

a) Efetuar o pagamento ajustado, desde que devidamente cumpridas as obrigações atestadas pelo Gestor do Contrato.

b) Proporcionar à CONTRATADA as condições necessárias ao cumprimento de sua obrigação.

c) Fiscalizar a prestação dos serviços.

b) Fornecer à CONTRATADA as informações necessárias ao integral cumprimento do contrato.

e) Divulgar informações sobre a execução do contrato no sítio do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul na rede mundial de computadores, em especial no que se refere aos nomes de fornecedores de serviços especializados e veículos, bem como valor total pago para cada tipo de serviço e para cada meio de divulgação.

6.2.2 - Constituem obrigações da CONTRATADA:

a) Prestar os serviços objeto deste contrato, de acordo com suas especificações e as do edital de licitação.

b) Obter as melhores condições nas negociações efetuadas com veículos de comunicação e fornecedores, e transferir integralmente ao CONTRATANTE bonificações, reaplicações e outras vantagens, a exceção dos frutos resultantes dos planos de incentivo concedidos por veículo de divulgação.



- c) Conduzir a escolha dos veículos de comunicação de acordo com pesquisas e dados técnicos, de modo a nunca sobrepor, em hipótese alguma, seu interesse em planos de incentivo aos da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que ofereçam;
- d) Comunicar à CONTRATANTE o agendamento das negociações referidas na alínea anterior, possibilitando a participação de representante por ela indicado.
- e) Entregar, mensalmente, junto com a nota fiscal dos serviços, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior, bem como das atividades desenvolvidas e peças produzidas, em CD/DVD.
- f) Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.
- g) Assumir inteira responsabilidade pelas obrigações fiscais decorrentes da execução do presente contrato.
- h) Permitir a fiscalização da execução dos serviços pelo CONTRATANTE.
- i) Não subcontratar outra agência de publicidade e propaganda para a execução dos serviços e compromissos avençados.
- j) Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- k) Centralizar o comando dos serviços objeto deste ajuste em Porto Alegre.
- l) Registrar, em Relatórios de Atendimento, todas as reuniões e comunicações de serviço entre CONTRATANTE e CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas as partes tomem as providências necessárias ao desenvolvimento de suas tarefas e responsabilidades.
- m) Abster-se de divulgar informações acerca deste contrato, envolvendo o CONTRATANTE, a não ser mediante sua prévia e expressa autorização.
- n) Prestar esclarecimentos sobre eventuais atos ou fatos noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.
- o) Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos a que tiver dado causa.
- p) Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários, assim como apresentar, quando solicitado, comprovação de pagamento de encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.
- q) Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- r) Manter, por si, seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados fornecidos pelo CONTRATANTE.
- s) Responder, perante o CONTRATANTE e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro na condução dos serviços de sua responsabilidade.



- t) Responsabilizar-se por eventuais danos causados por culpa ou dolo de seus empregados ou prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais relacionadas com o cumprimento do presente contrato;
- u) Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais relacionados com o objeto deste contrato.
- v) Distribuir e fiscalizar a divulgação dos anúncios de que for incumbida.
- w) Assessorar o CONTRATANTE no sentido de obter o melhor rendimento possível do plano de propaganda e promoção.
- x) Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

CLÁUSULA SÉTIMA – DA GESTÃO DO CONTRATO

A responsabilidade pela gestão deste contrato será atribuída à Dra. Martha Weiss Jung, inclusive quanto à divulgação de que trata a cláusula sexta, item 6.2.1, letra “e”.

CLÁUSULA OITAVA - DAS PENALIDADES

A CONTRATADA submeter-se-á ao regime de penalidades abaixo, previstas na legislação:

8.1 - Na forma do artigo 86 da Lei Federal nº 8.666/93, a CONTRATADA, garantida a prévia defesa, ficará sujeita à multa de 0,5% (meio por cento) sobre o valor do serviço descumprido, por dia de atraso em que, sem justa causa, não cumprir as obrigações assumidas, até o máximo de 20 (vinte) dias, sem prejuízo das demais penalidades previstas na mencionada Lei.

8.2 - Na forma do artigo 87 da Lei Federal nº 8.666/93, o descumprimento total ou parcial das obrigações estabelecidas no Edital e neste Contrato, sujeitará a CONTRATADA às seguintes penalidades, garantida a prévia defesa, mediante publicação no Diário Oficial:

8.2.1 - advertência, por escrito, sempre que ocorrerem pequenas irregularidades, para as quais haja concorrido;

8.2.2 - multa de até 10% (dez por cento) sobre o valor mensal do serviço, sem prejuízo das demais penalidades legais;

8.2.3 - suspensão do direito de participar de licitações e contratos com a Administração por até 2 (dois) anos; e

8.2.4 - declaração de inidoneidade para contratar ou licitar com a Administração Pública Estadual.

8.3 - A multa prevista acima dobrará em caso de reincidência, não podendo ultrapassar a 30% (trinta por cento) do valor até então pago à CONTRATADA, sem prejuízo da cobrança de perdas e danos que venham a ser causados ao interesse público e da possibilidade da rescisão contratual.



CLÁUSULA NONA - DA RESCISÃO

Poderão ser motivo de rescisão contratual as hipóteses elencadas no art. 78 da Lei Federal nº 8.666/93.

9.1 - A rescisão poderá ser unilateral, amigável ou judicial, nos termos e condições previstos no art. 79 da Lei Federal nº 8.666/93.

9.2- A CONTRATADA reconhece os direitos do CONTRATANTE nos casos de rescisão previstos nos arts. 77 a 80 da Lei Federal nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS CONDIÇÕES GERAIS

10.1 - A CONTRATADA declara, expressamente, que tem pleno conhecimento dos serviços que fazem parte deste Contrato, bem como do local de prestação do serviço.

10.2 – O serviço estará sujeito à fiscalização por pessoa designada pelo CONTRATANTE.

10.3 - Nenhum pagamento isentará a CONTRATADA de suas responsabilidades, nem implicará aceitação definitiva dos serviços.

10.4 - Qualquer tolerância do CONTRATANTE, quanto a eventuais infrações contratuais, não implicará renúncia a direitos e não pode ser entendida como aceitação, novação ou precedente.

10.5 - É vedada a transferência, total ou parcial, do objeto deste contrato, sem anuência do CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

O presente Contrato entrará em vigor no primeiro dia útil seguinte ao de sua publicação resumida no Diário Eletrônico do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul e vigorará pelo prazo de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado, a critério das partes, por meio de termo aditivo, enquanto restar o recurso previsto na cláusula décima segunda.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

12.1 – Os serviços objeto deste ajuste têm verba total estimada em R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais).

12.2 – O valor acima não será objeto de reajuste, cabendo exclusivamente ao CONTRATANTE decidir pela utilização de sua totalidade.

12.3 - As despesas correrão por conta da Unidade Orçamentária 09.01, Recurso 0011, Projeto/Atividade 2945, Natureza da Despesa/Rubrica 3.3.90.39/3902.



CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOS DIREITOS AUTORAIS

13.1 A CONTRATADA cederá ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais relativos à totalidade das ideias (incluídos os respectivos estudos, análises e planos) peças, campanhas e demais materiais de publicidade, abrangendo criação, textos, produção, direção de arte, fotografias, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

13.2 – O valor correspondente à cessão está incluso na remuneração definida neste instrumento.

13.3 – O CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por meio de terceiros, com ou sem modificações, durante ou após o término da vigência deste ajuste, sem qualquer pagamento à CONTRATADA.

13.4 – Qualquer remuneração relativa à cessão de direitos autorais de terceiros será considerada como incluída no custo da produção.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA ATUALIZAÇÃO MONETÁRIA

Os valores do presente contrato não pagos nas datas aqui previstas, por motivos alheios à CONTRATADA, deverão ser corrigidos desde então até a data do efetivo pagamento, pelo IGP M da FGV, *pro rata die*.

CLAUSULA DÉCIMA QUINTA - DO FORO

Fica eleito o Foro da Comarca de Porto Alegre, neste Estado, para dirimir eventuais dúvidas e/ou conflitos originados pelo presente Contrato.

E por estarem assim, justos e contratados, assinam o presente em três vias.

Porto Alegre,

P/Procuradoria-Geral de Justiça
Contratante

P/Contratada



**ANEXO VI – DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE
TOMADA DE PREÇOS N.º 04/2010
PROCESSO N.º 002419-09.00/10-2
TIPO TÉCNICA E PREÇO**

DECLARAÇÃO

Declaro(amos), sob as penas da lei, para a TOMADA DE PREÇOS N.º 04/2010, que
..... nome da(o) licitante e sua qualificação
.....

.....,
não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com órgãos ou entidades da Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal, nos termos do inciso IV, do artigo 87 da Lei n.º 8.666/93, e alterações, bem como de que comunicarei(mos) qualquer fato ou evento superveniente à entrega dos documentos de habilitação, que venha alterar a atual situação quanto à capacidade jurídica, técnica, regularidade fiscal e idoneidade econômico-financeira.

....., dede 2010.
local

.....
Assinatura do licitante ou seu representante legal



**ANEXO VII – DECLARAÇÃO DE COMPROVAÇÃO DE REGULARIDADE
PERANTE O MINISTÉRIO DO TRABALHO
TOMADA DE PREÇOS N.º 04/2010
PROCESSO N.º 002419-09.00/10-2
TIPO TÉCNICA E PREÇO**

Eu, _____, (nome
completo do representante legal)

interessada em participar da **Tomada de Preços n.º 04/2010**, da Procuradoria-Geral de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul, declaro, sob as penas da Lei, que nos termos do Inciso V do Artigo 27, da Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, a

_____ (nome da pessoa jurídica)

encontra-se em situação regular perante o Ministério do Trabalho, no que se refere à observância do disposto no inciso XXXIII do Artigo 7º da Constituição Federal.

_____, ____ de _____ de 2010

(empresa proponente)

C.N.P.J.

(assinatura e carimbo do representante legal)

Obs.: Esta declaração deverá ser entregue dentro do Envelope n.º 01 – Documentos de Habilitação.



**ANEXO VIII - DECLARAÇÃO EM FACE DA RESOLUÇÃO N.º 37/2009 DO CNMP
TOMADA DE PREÇOS N.º 04/2010
PROCESSO N.º 002419-09.00/10-2
TIPO TÉCNICA E PREÇO**

DECLARAÇÃO EM FACE DA RESOLUÇÃO N.º 37/2009 DO CNMP

Declaramos, para fins de cumprimento à Resolução n.º 37/2009 do CNMP, que não possuímos sócios, gerentes ou diretores que sejam cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, de membros ou de servidores ocupantes de cargo de direção, chefia ou assessoramento no âmbito do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul.

Porto Alegre, de de 2010.

.....
DIRETOR OU REPRESENTANTE LEGAL
EMPRESA:

Este documento deverá ser apresentado FORA dos envelopes.



**ANEXO IX - AUTORIZAÇÃO PARA PARTICIPAR DA LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS N.º 04/2010
PROCESSO N.º 002419-09.00/10-2
TIPO TÉCNICA E PREÇO**

AUTORIZAÇÃO PARA PARTICIPAR DA LICITAÇÃO

Através do presente, autorizamos o (a) Sr. (a) (nome do representante), portador (a) da cédula identidade n.º, com endereço na, Telefone, *fac-símile*, a participar da licitação instaurada pela Procuradoria-Geral de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe, dentre outros poderes, o de renunciar ao direito de interposição de recurso.

Porto Alegre, .. de de 2010.

.....
DIRETOR OU REPRESENTANTE LEGAL
EMPRESA.....