

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2023

Comissão Permanente de Licitação do CRM-MG Portaria Nº 1112/2023

CONCORRÊNCIA Nº 01/2023		
CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS		
PROCESSO Nº 40/2023		
AMPLA PARTICIPAÇÃO		
SETOR	COMUNICAÇÃO	
TIPO	MELHOR TÉCNICA	
BASE LEGAL	Este procedimento licitatório obedecerá, integralmente, Leis 8.666/93, 12.232/10, 4.680/65, 9.784/99	
	LOCAL, DIA E HORA PARA ENTREGA DOS ENVELOPES DE DOCUMENTAÇÃO E PROPOSTA DE PREÇOS	
Rua dos Timbiras Nº 1200, B. Boa Viagem em Belo Horizonte – MG	DIA	HORÁRIO
RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E ENVELOPES DE DOCUMENTAÇÃO	17/10/2023	14:00 horas
RETIRADA DO EDITAL EXCLUSIVAMENTE PELA INTERNET Retire o edital gratuito acessando a página www.crmmg.org.br , transparência e prestação de contas, licitações e contratos, licitações em andamento, concorrência		
OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA		
Este instrumento contém: Edital com Termo de Referência, Valoração de preços, Minuta de Contrato e outros anexos.		

EDITAL

PROCESSO Nº 40/2023

Concorrência nº. 01/2023

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES:

O CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS-CRMMG através da Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria nº 1112/2023, torna público para conhecimento dos interessados que, na data, horário e local já indicados anteriormente, realizar-se-á licitação na modalidade Concorrência, do tipo **MELHOR TÉCNICA**. As Propostas Técnica e de Preços serão recebidas no mesmo dia, local e horário mencionados e abertas em dias, locais e horários a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, nos termos da Lei nº 4.680, de 18.06.65, da Lei 12.232/10 e da Lei nº 8.666, de 21.06.93, e modificações posteriores, no que couber do Decreto nº 57.690, de 01.02.66, do Decreto nº 6.555, de 08.09.08, do Decreto nº 3.722, de 09.01.01, e suas alterações e demais normas regulamentares aplicáveis à espécie, bem como as condições estabelecidas a seguir:

1. OBJETO

1.1 O objeto da presente concorrência é a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, compreendendo o estudo, o planejamento, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e outros meios de divulgação, nos termos do artigo 2º, caput, da Lei 12.232/2010.

1.1.1 Incluem-se, na presente contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a)** Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/10;
- b)** à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c)** à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.1.1. Para os fins desta concorrência, é vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as

quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

1.1.1.2. Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

1.2 Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada **AGÊNCIA, LICITANTE OU CONTRATADA**.

1.2.1 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem **1.1**, nos termos do art. 72 da Lei nº 8.666/93.

1.2.2 A agência atuará por ordem e conta do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a)** Fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais previstos, além de todos os serviços conexos e complementares previstos no subitem 1.1.1;
- b)** Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

1.3 A licitante que vier a ser contratada atuará de acordo com a solicitação do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS e terá exclusividade em relação aos serviços previstos no item **1.1**.

2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1 Poderão participar desta Concorrência as Agências de Publicidade e Propaganda com certificação de qualificação técnica de funcionamento perante o Conselho Executivo das Normas Padrão–CENP ou perante entidade equivalente ao mesmo, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, que preencham as exigências e requisitos do Edital.

2.2 Não poderá participar desta concorrência a licitante:

- a)** Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS;
- b)** Cujas falências tenham sido decretadas ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c)** Que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da

Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;

d) Que estiver reunida em consórcio.

e) Fica vedada a participação de cooperativas fornecedoras de mão-de-obra em virtude do objeto do contrato, por sua natureza técnica e jurídica, ser incompatível com tal forma de organização.

2.3 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

2.4 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

- Reconhecer todas as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.5 A licitante assume todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta concorrência, ressalvado que o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS

3.1 As Propostas Técnicas, de Preços e os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados à Comissão Permanente de Licitação em **05 (cinco) invólucros distintos e separados, todos fechados e em fases distintas, os quais deverão estar identificados com as informações a seguir discriminadas:**

3.1.1 A **Proposta Técnica** deverá ser acondicionada em três invólucros distintos:

a) **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, no Invólucro nº1.**

3.1.1.1 O **Invólucro nº 1**, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar – até a abertura do Invólucro **nº 2** – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

3.1.1.1.1 A Comissão Permanente de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no Invólucro **nº 1** fornecido obrigatoriamente pelo CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, a pedido da licitante interessada na presente licitação.

3.1.1.1.2 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, em 2 (duas) vias, da seguinte forma:

- Caderno único e com espiral preta colocado à esquerda;
- Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 g/m² a 90 g/m², ambas em branco;
- Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m² a 90 g/m², **orientação paisagem**;
- Espaçamento de 2 cm na margem esquerda e 2 cm na direita a partir da borda e espaçamento de 2cm na margem superior e de 2cm na margem inferior a partir das bordas.
- Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12;
- Numeração em todas as páginas sequencialmente, pelo editor de textos, em algarismos arábicos no canto inferior direito da página a partir da primeira página interna;
- Sem identificação da licitante.

3.1.1.1.2.1 As especificações do subitem 3.1.1.1.2 não se aplicam às peças e aos materiais de que trata a alínea “b” do item 5.2 e à indicação prevista no subitem 5.2.3.2.

3.1.1.1.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Os dados e informações dos quadros e/ou tabelas devem ser editados na fonte Arial, cor preta, tamanho 10;
- c) As páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão:

c1) ser apresentadas em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem **3.1.1.1.2.6**, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;

c2) ser impressas na orientação paisagem.

3.1.1.1.2.3 Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- c) Ter qualquer tipo de formatação de margem;
- d) Ser apresentados em papel A3 dobrado e impressos na orientação paisagem.

3.1.1.1.2.4 Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa **serão apresentados em apenas 1** (uma) via e separadamente do caderno de que trata o subitem **3.1.1.1.2.**

3.1.1.1.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à Licitante atentar para o disposto no subitem 9.7 do termo de referência deste Edital.

3.1.1.1.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada **não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.**

3.1.1.1.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 5.2 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) laudas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

3.1.1.1.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto no subitem 9.7 do termo de referência deste Edital.

3.1.1.1.2.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de comunicação e divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.

3.1.1.1.2.9 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

3.1.1.1.2.9.1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem **3.1.1.1.2**, no que couber.

3.1.1.1.3 O Invólucro nº 1 deverá ser retirado pela interessada, no período compreendido entre 09 e 17 horas, no seguinte endereço: Rua dos Timbiras, nº 1200, B. Boa Viagem - BH - MG

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, no Invólucro nº 2, a saber:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia) Concorrência nº 001/2023.

3.1.1.2 O Invólucro **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 sua abertura.

3.1.1.2.1 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem a Ideia 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.

c) Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, no Invólucro nº 3, a saber:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 001/2023

3.1.1.3 O Invólucro 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 sua abertura.

3.1.1.4 O Invólucro nº 3 e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) **não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (invólucro nº 1) e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.**

3.1.2 A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no Invólucro nº 4, a saber:

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2023

3.1.2.1 O Invólucro 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 sua abertura.

3.1.2.2 A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras. A Proposta deverá ser datada e assinada nos documentos referidos nos itens **6.2** e **6.3**, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.1.3 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados no Invólucro nº 5, a saber:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2023

3.1.3.1 O Invólucro nº 5 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 sua abertura.

3.1.3.2 Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

3.2 No ato da entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação o documento que o credencia a participar deste certame, juntamente com seu documento de identidade de fé pública.

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

3.2.2 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo III**. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

3.2.4 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

3.2.5 Caso a licitante não deseje fazer-se representar na primeira sessão de recepção, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador e somente enviará os Documentos de Habilitação caso seja classificada, (art. 6º, inciso I da Lei n. 12.232/10). Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.

4. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (Invólucro nº 5)

4.1 A licitante CLASSIFICADA NO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS deverá apresentar a seguinte documentação:

4.1.1 Habilitação Jurídica

- a)** Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- b)** Registro comercial, em caso de empresa individual;
- c)** Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;
- c1)** Os documentos mencionados na alínea “c” deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência.
- d)** Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

4.1.2 Regularidade Fiscal

- a)** Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b)** Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c)** Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU).
- d)** Certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e)** Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos documentos de habilitação.

f) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a justiça do Trabalho (CNDT).

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

4.1.3 Qualificação Técnica: Declaração(ões), expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência.

4.1.3.1 - Certificado de qualificação técnica de funcionamento, que, por sua vez, poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

4.1.4 Qualificação Econômico-Financeira

a) Apresentação de certidão negativa de feitos sobre falência, recuperação judicial ou extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede do licitante;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios;

b1) A licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência;

b2) Entenda-se por “na forma da lei”:

I - Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/69);

II - Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/76: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/76);

III- Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

4.1.4.1 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação,

conforme o caso:

a) Do balanço referido na alínea “b” do item 4.1.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

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

b) Das demonstrações contábeis referidas na alínea “b1” do item 4.1.4, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

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

4.1.4.2 Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” do item 4.1.4.1 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea “a”, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea “b”, todos do item 4.1.4.1, deverá incluir no Invólucro nº 5, comprovante de capital mínimo ou o valor do patrimônio líquido a que se refere o parágrafo anterior igual ou superior a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

4.2 A licitante também deverá incluir no **Invólucro nº 5** a declaração firmada conforme o modelo do ANEXO VI – Modelo de Declaração – Art. 27, V, da Lei nº 8666/1993.

4.3 Se a licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome

da matriz ou da filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

4.4 Em conformidade com a Instrução Normativa nº 2, de 16/09/2009, da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, a licitante deverá apresentar **Declaração de Elaboração Independente de Proposta**, conforme modelo constante do **Anexo VII** deste instrumento.

5. PROPOSTA TÉCNICA (Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3)

51 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia - deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo II), observadas as seguintes disposições:

51.1 Raciocínio Básico: apresentação em que a licitante demonstrará sua compreensão sobre a atuação do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, as ações de comunicação empreendidas pela autarquia, os problemas geral e específico de comunicação, seus desafios e objetivos, expressos no Anexo II – Briefing;

51.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para superar o desafio de comunicação e alcançar os objetivos de comunicação relacionados a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

- a. Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b. Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

5.2 Ideia criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) Apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 5.1.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

521 Os comentários mencionados na alínea ‘a’ do subitem 5.2 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

522 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado ‘fisicamente’, conforme estabelecido na alínea ‘b’ do subitem 5.2 e na alínea ‘a’ do subitem 5.2.3, a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 5.2 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

523 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 5.2:

a) Estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) Podem ser apresentados sob a forma de:

b1) Roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

b2) Protótipo ou ‘monstro’, para rádio e internet;

b3) *Story-Board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) Só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;

d) Apresentados como parte de um *kit* serão computados individualmente no limite de que trata a alínea ‘a’ do subitem 5.2.

5.2.3.1 Reduções e variações de formato serão consideradas como peças.

5.2.3.2. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, ‘monstro’ internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 5.2

5.2.3.3. Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos ou ‘monstros’ poderão ser apresentados em Pen drive, CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

5.2.3.4 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passe-partout*, observando o disposto no item 11.2.4.1 do Termo de Referência. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

5.3. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as

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

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

5.3.1 Todas as peças e material que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 5.2 deverão constar dessa simulação.

5.3.2 Dessa simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

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

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

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

d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça destinada a veículos de divulgação;

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

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

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

5.3.3 Nessa simulação:

a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

C.1) Custos internos: São aqueles resultantes de produtos e serviços executados pela própria agência, sem contratação de terceiros, cujos valores são calculados com base em tabela específica sobre a qual se aplica desconto definido em

contrato.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

5.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e material da Ideia 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.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

55 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Qualquer página com os documentos e informações previstos nesse subitem poderá ser editada em papel A3 dobrado.

551 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2 Importando o descumprimento de tal obrigação na desclassificação automática do licitante, sem direito à pontuação, nos termos do art.6º, inciso XIV e § 2º, da Lei12.232 de 2010.

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

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

a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) A sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados,

em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CRM-MG, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

REPERTÓRIO

5.7 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e materiais que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 5.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

5.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.7 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

5.8. O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

5.8.1. A licitante deverá apresentar **10 (dez)** peças ou materiais, independentemente de seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

5.8.1.1. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *PEN DRIVE* (Quantidade: 01; Capacidade: 32GB) ou CD, ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

5.8.1.2. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4, A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

5.8.1.2.1. Se soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

5.8.1.3. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no

subitem 11.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

5.8.2. As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2018.

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

5.8.4. As peças e/ou materiais não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo CRM-MG, sua atual gestão ou administração anterior.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

5.9. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 do TR poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.10 do TR, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

5.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.9 do TR não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

5.10. A licitante deverá apresentar 2 **(dois)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

O Relato:

- I. Será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II. Deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III. Não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e/ou aprovadas pelo CRM-MG (da

atual ou da administração anterior);

IV. Deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

5.10.1. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

5.10.2. Se a Licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na alínea “d” do subitem 12.3.1.

5.10.3. Os relatos de que tratam este item deverão ter sido implementados de 1º de janeiro de 2019 a setembro de 2023.

5.10.4. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I – As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *PEN DRIVE* (Quantidade: 01; Capacidade: 32GB) ou CD, ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III – Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

5.10.4.1. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

6. PROPOSTA DE PREÇOS (Invólucro nº 4)

6.1 A Proposta de Preços deverá ser apresentada em dois documentos distintos, descritos nos itens **6.2** e **6.3**.

6.2 Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser preenchida apenas com as informações constantes do **Anexo V** com os valores de produção, criação e veiculação para análise e informações dos valores para dar apoio a Subcomissão Técnica.

6.3 Declarações nas quais a licitante:

6.3.1 Informará seu entendimento em respeito aos pontos elencados no **Anexo IV** (Modelo de Proposta de Preço);

6.3.2 Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais

estabelecidas no contrato, **Anexo IX** (Minuta de Contrato).

6.3.3 Garantirá a transferência ao CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

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

7. EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

7.1 Os documentos de habilitação serão apresentados e analisados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do Art. 6º inciso I c/c o art. 11 §4º inciso XI da Lei 12.232/10.

8. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1 As Propostas Técnicas das licitantes habilitadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

8.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica prevista no item **10.1**, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

8.2.1 Plano de Comunicação Publicitária.

Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

- a) A atuação do CRM-MG nos contextos social, político, técnico e epidemiológico;
- b) As características da atuação do CRM-MG e a importância da comunicação para o alcance de suas metas;
- c) O desafio de comunicação expresso no Briefing;
- d) Os objetivos de comunicação expressos no Briefing.

8.2.1.1 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação publicitária do CRM-MG e ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação publicitária do CRM-MG com seus públicos;

- d)** A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar – proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- e)** A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia da comunicação publicitária proposta;
- f)** A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária do CRM-MG, o desafio de comunicação expresso no Briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.

8.2.1.2 *Ideia Criativa*

- g)** Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- h)** Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- i)** Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- j)** A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- k)** A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- l)** A simplicidade da forma como se apresenta;
- m)** Sua pertinência às atividades de comunicação publicitária do CRM-MG;
- n)** Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- o)** A exequibilidade das peças e/ou dos materiais;
- p)** A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais com os meios e públicos propostos.

8.2.1.3 *Estratégia de Mídia e Não Mídia*

- a)** O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos de interesse;
- b)** A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c)** A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d)** A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS;
- e)** A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f)** A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

8.2.2 Capacidade de Atendimento

- a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;
- d) A operacionalidade do relacionamento entre o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) A relevância e a utilidade das informações de *marketing* e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

8.2.3 Repertório

- a) A ideia criativa e sua pertinência;
- b) A clareza da exposição;
- c) A qualidade da execução e do acabamento.

8.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) A concatenação lógica da exposição;
- b) A evidência de planejamento publicitário;
- c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- d) A relevância dos resultados apresentados.

8.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **cem** pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária - **setenta**

- a1) Raciocínio Básico - dez**
- a2) Estratégia de Comunicação Publicitária - vinte e cinco**
- a3) Ideia Criativa – vinte e cinco**
- a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – dez**

- b) Capacidade de Atendimento - dez**
- c) Repertório - dez**
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – dez**

8.3.2 A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica.

8.3.2.1 Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre todos os membros da Subcomissão Técnica para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”.

Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Subcomissão Técnica, os autores reavaliarão suas pontuações.

8.3.2.1.1 Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e passará a compor o processo da licitação.

8.3.3 A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

8.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a)** Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b)** Não alcançar, no total, a nota mínima de oitenta pontos;
- c)** Obter nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os itens **8.2.1.1** a **8.2.1.4** e **8.2.2** a **8.2.4**.

8.5 Serão consideradas mais bem-classificadas na fase do julgamento técnico as licitantes que obtiverem as quatro maiores pontuações na soma das notas dos quesitos.

8.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das quatro mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens **8.2.1** a **8.2.4**.

8.7 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item **11** e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9. VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. As propostas de preços das licitantes classificadas no julgamento das propostas técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

9.2. Será desclassificada a proposta de preços que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

9.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da planilha que constitui o Anexo IV, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

a) Desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e/ou materiais cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

c) Percentual de honorários superior a 1% (um por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

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

9.5. A reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CRM-MG em relação ao valor original dos direitos patrimoniais do autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

9.5.1. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso;

9.5.2. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirão o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma

alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

9.6. A nota da proposta de preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

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

Desconto/Honorários	Notas (N)
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.	$N = 0,1 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65.	$N = 10 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias.	$N = 5 \times (1,0 - \text{Honorários})$

Observação: Para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos **desconto** e **honorários** serão substituídos nas fórmulas da coluna **Notas** pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.

9.6.3. A nota de cada proposta de preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 9.6.1.

9.6.4. A proposta de preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

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

- O maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- O menor percentual de honorários referentes a produção e execução técnica de

peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores;

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

10. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

10.1 À exceção do julgamento das Propostas Técnicas, compostas do Plano de Comunicação Publicitária, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, que será realizado por uma Subcomissão Técnica todos os demais procedimentos e julgamentos inerentes a esta concorrência serão de responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação.

10.2 A licitação será processada e julgada pela comissão permanente de licitação, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

10.3 *As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas. Pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS e Conselhos Regionais de Medicina.*

10.4 A escolha dos membros da subcomissão técnica especialistas em comunicação, publicidade ou marketing se dará por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 3 (três) indivíduos que atendam as especificações acima, previamente cadastrados, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não deve manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS e Conselhos Regionais de Medicina.

10.5 A relação dos nomes referidos será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio. Para os fins do cumprimento do disposto na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer proponente interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação mediante fundamentos jurídicos

plausíveis.

10.6 Admitida à impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

10.7 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.

10.8 A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

10.9 O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS.

10.10 Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Subcomissão Técnica ou Comissão Permanente de Licitação, e conforme o caso pelos representantes das licitantes presentes.

10.11 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 3.2.

10.12 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

10.13 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica poderão, em qualquer fase do processo, se julgarem necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

10.14 É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada à inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

10.15 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderá no interesse do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, relevar omissões puramente formais nos Documentos de Habilitação e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta

concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação.

10.16 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

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

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

10.19 A primeira fase da primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

- a)** Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item **3.2**;
- b)** Receber os Invólucros **nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4**;
- c)** Conferir se os Invólucros **nº 1** apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber todos os seus invólucros;
- d)** Abrir os Invólucros **nº 3**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- e)** Lançar a rubrica dos membros da Comissão Permanente de Licitação e dos representantes das licitantes, ou pela comissão por eles nomeada, nos fechos dos Invólucros **nº 2 e nº 4**, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão;
- f)** Informar que será publicado no Diário Oficial da União aviso indicando data, hora e local da próxima reunião pública.

10.20 Será imediatamente desclassificada e ficará impedida de participar das fases posteriores do certame a licitante cujos documentos pertinentes ao Invólucro **nº 1** contenham informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.

10.21 Encerrada a reunião, os documentos dos Invólucros **nº 1 e nº 3** serão repassados à Subcomissão Técnica, a qual caberá:

- a)** Julgar as Propostas Técnicas;

b) Elaborar planilhas com as pontuações de cada membro da Subcomissão Técnica para os quesitos de cada Proposta Técnica e planilhas totalizadoras das notas dos quesitos e subquesitos, separadamente para os do Invólucro nº 1 e do Invólucro nº 3;

c) Elaborar ata(s) de julgamento das Propostas;

d) Manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

10.22 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea “a” do item 8.4, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada um dos quesitos ou subquesitos da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que sejam vencidos os prazos para recursos relativos a essa fase.

10.23 O disposto no item anterior não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

10.24 Caso se constate nos documentos dos Invólucros nº 1 e nº 3, em qualquer momento anterior à abertura dos Invólucros nº 2, a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a licitante será automaticamente desclassificada e impedida de participar das fases posteriores do certame.

10.25 Após receber a(s) ata(s) de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 11, para participar da segunda reunião pública, com a seguinte pauta básica:

a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) Abrir os Invólucros nº 2;

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

d) Elaborar planilha com as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica às Propostas Técnicas, constituídas dos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em ordem decrescente de classificação;

e) Proclamar o resultado de julgamento das Propostas Técnicas.

10.26 Se todos os representantes dos licitantes estiverem presentes, abrir-se-á o prazo de cinco dias úteis para interposição de recursos a decisões desta fase, caso contrário, o prazo para interposição de recursos contará a partir da divulgação do resultado no Diário Oficial da União.

10.27 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da próxima reunião pública.

10.28 A terceira reunião pública terá a seguinte pauta básica:

a) Identificar os representantes das licitantes presentes classificadas na Proposta Técnica e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) Abrir o Invólucro nº 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes classificadas na Proposta Técnica ou por comissão por eles indicada;

c) Examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;

d) Identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes classificados na Proposta Técnica;

e) Realizar com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/93, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

f) Realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;

g) Por último, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas para o julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação, os quais serão recebidos e abertos em sessão pública.

h) Os documentos de habilitação estão relacionados no item 04 deste edital;

i) Declarar vencedora desta concorrência a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

h) Publicar o resultado final na forma do item 11.

10.29 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o

CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta concorrência à vencedora.

10.30 Os invólucros das licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS providenciará sua destruição.

11. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

11.1 A critério da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da União é obrigatória:

- a)** Nas reuniões de abertura de invólucros;
- b)** No Diário Oficial da União;
- c)** Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

12. IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

12.1 Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até **cinco dias úteis antes da data da abertura do certame**, de segunda a sexta-feira, das 9h às 18h, no do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS – Rua dos Timbiras, nº 1200, B. Boa Viagem, Belo Horizonte – MG, CEP 30140.064, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei nº 8.666/93, ou através do e-mail compras.crmmg@portalmedico.org.br.

12.2 Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até **dois dias úteis antes da data da abertura do certame**, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço mencionado no item anterior.

12.2.1 Considera-se licitante para efeito do item anterior a empresa que tenha retirado o presente edital junto ao CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS.

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

12.3 Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de cinco dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, no endereço mencionado no item **12.1**.

12.4 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de cinco dias úteis.

12.5 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de cinco dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à Comissão Permanente de Licitação do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, que decidirá em cinco dias úteis contados de seu recebimento.

12.6 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

12.7 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicados pela Comissão Permanente de Licitação.

12.8 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação motivadamente e se houver interesse para o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

13. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

13.1 As despesas decorrentes da contratação, objeto desta Licitação, correrão à conta dos recursos – 6.2.2.1.1.33.90.39.043.

13.2 O CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

14. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

14.1 A licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, e o prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista no item **16.1** deste Edital e assinar o contrato, nos moldes da minuta constante do **Anexo IX**.

14.2 Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

14.3 Se a licitante vencedora se recusar a constituir a garantia contratual ou a assinar o contrato, o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS lhes aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhes outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93.

14.3.1 O disposto no item anterior não se aplica à licitante convocada na forma do item **14.2**.

14.4 O prazo de vigência do contrato a ser firmado será fixado a partir da data da sua assinatura e terá a duração de 12 meses.

14.5 A prorrogação do contrato que trata o subitem anterior, será precedida da realização de pesquisa de preços de mercado ou de preços contratados por outros órgãos e entidades da Administração Pública, visando assegurar a manutenção da contratação mais vantajosa para Administração.

14.6 O prazo previsto no item 14.5 deste Edital poderá ser prorrogado na ocorrência de quaisquer das hipóteses descritas nos incisos I a V do artigo 57 da Lei nº. 8.666/93, desde que seja apresentada justificativa, por escrito, até o 10 (décimo) dia útil anterior ao termo final do prazo pactuado.

14.7 O CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista a contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

14.8 A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

14.9 À contratada poderá ser aplicada às sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes.

14.10 Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas,

custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

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

14.12 A contratada deverá prestar esclarecimento, ao CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação.

14.13 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, se houver expressa autorização deste.

14.14 É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente concorrência para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS.

14.15 A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

14.16 O CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugerido pela contratada, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada.

14.17 A avaliação semestral será considerada para aquilatar a necessidade de solicitar a contratada que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir os respectivos contratos; para fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

14.18 A contratada centralizará o comando da publicidade do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS em Belo Horizonte-MG, onde, para esse fim, manterão escritório. A seu critério, a contratada poderá utilizar-se de suas matrizes ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

14.19 No prazo máximo de trinta dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a contratada deverá comprovar que possua, em Belo Horizonte - MG, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONSELHO

REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais no quadro da agência:

- 01 (um) profissional na área de atendimento;
- 01 (um) profissional na área de planejamento;
- 02 (dois) profissionais na área de criação;
- 02 (dois) profissionais nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação;
- 01 (um) profissional na área de mídia.

14.20 As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas pelo CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS (CRM-MG) em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

14.21 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

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

14.23 Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

14.24 Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

14.25 É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida nos itens anteriores.

15 - DAS SANÇÕES E DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

15.1 - O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará o contratado à multa de mora, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato.

15.2 - A multa que se trata o item anterior não impede que o contratante rescinda unilateralmente o contrato e aplique as outras sanções previstas na Lei das Licitações (Lei n. 8.666/93).

15.3 - A multa, aplicada após regular processo administrativo, será descontada da garantia do respectivo contratado.

15.4 - Se a multa for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, a qual será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

15.5 - Pela inexecução total ou parcial do contrato o contratante poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções:

I - Advertência;

II - Multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato;

III - Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

15.6 - Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pelo contratante ou cobrada judicialmente.

15.7 - As sanções previstas nos subitens I, III e IV poderão ser aplicadas juntamente com o subitem II, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

15.8 - A sanção estabelecida no subitem IV deste artigo é de competência exclusiva do Presidente do CRM-MG, conforme o caso, facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação. (Vide art. 109 inciso III da Lei n. 8.666/93).

15.9 - As sanções previstas nos subitens III e IV poderão também ser aplicadas às empresas ou aos profissionais que, em razão dos contratos regidos por esta Lei:

I - Tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

II - Tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

III - Demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de

atos ilícitos praticados.

15.10 - A aplicação das penalidades será precedida da concessão da oportunidade de ampla defesa por parte do adjudicatário, na forma da lei.

15.11 - Serão gestores do contrato a **Sra. Maísa Pinheiro Alves da Silva (gestor titular)** e o **Sr. Edson Braz Carvalho Cruz(gestor substituto)**.

15.12 - O CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS exercerá, através da fiscalização do contrato, o acompanhamento dos serviços objeto deste contrato, sendo que a ação ou omissão total ou parcial da fiscalização do contrato não exime a contratada de quaisquer de suas responsabilidades perante o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS ou terceiros.

15.13 - A fiscalização do contrato estará à disposição da contratada para fornecer informações, necessárias ao desenvolvimento dos serviços contratados.

15.14 - A fiscalização do contrato terá acesso a todos os locais onde os serviços se realizarem em plenos poderes para praticar atos, nos limites do presente contrato, que se destinem a acautelar e preservar todo e qualquer direito do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS tais como:

- a Recusar serviços que tenham sido executados em desacordo com as condições estabelecidas neste contrato;
- b Solicitar a substituição de empregado cuja permanência na Subcomissão Técnica seja considerada inconveniente;
- c Não atestar faturas da contratada, no caso de inobservância de exigências contratuais, até a regularização da situação. Tal procedimento será comunicado por escrito à contratada. As notas serão atestadas e o pagamento efetuado tão logo sejam sanadas as pendências detectadas.
- d Instruir a contratada quanto à prioridade dos serviços a serem executados;

15.15 O CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, através da fiscalização do contrato, reserva-se no direito de exercer durante todo o período contratual uma rígida e constante fiscalização do contrato sobre os serviços, inclusive quanto ao pessoal da contratada no que se refere ao seu comportamento, capacitação e apresentação.

15.16 A contratada declara aceitar os métodos e processos de acompanhamento, verificação e controle adotados pela fiscalização do contrato.

16. GARANTIA FINANCEIRA

161 Para fiel garantia das obrigações estabelecidas neste instrumento, a licitante vencedora apresentará uma garantia correspondente a 5% do valor estimado de R\$ 3.600.000,00, que deverá ser renovada anualmente, caso haja renovação contratual, escolhida a seu critério, entre as três modalidades a seguir:

- Na forma de fiança bancária, emitida por Instituição Bancária, válida durante a vigência contratual e com vencimento no prazo de 45 dias após a conclusão integral do contrato;
- Seguro garantia, com vencimento no prazo de 45 dias após a conclusão integral do contrato ou sua rescisão;
- Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

162 Na ocorrência de rescisão unilateral do contrato por inexecução das cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos, a contratante poderá ressarcir-se dos prejuízos apurados, valendo-se do valor da garantia assinalada no item anterior pelo seu valor total; ou, se o prejuízo for maior, cobrar a diferença utilizando-se das medidas judiciais pertinentes.

163 A garantia contratual será apresentada pela Contratada à Contratante, em até 10 (dez) dias corridos após a data de assinatura do contrato, sob pena de sofrer as sanções previstas na lei 8666/93 e no contrato.

164 A garantia deverá ser renovada a cada prorrogação efetivada no contrato e entregue à Contratante em até 10 (dez) dias corridos após a data de assinatura do Termo Aditivo de prorrogação do contrato, nos moldes do art. 56 da Lei nº 8.666/93.

165 A garantia prestada na modalidade Caução em dinheiro será liberada ao fim do contrato, comprovado o adimplemento das obrigações contratuais, atualizada monetariamente, com base no artigo 56, § 4º da Lei 8666/93.

17. REMUNERAÇÃO, PAGAMENTOS E GARANTIA FINANCEIRA

17.1 A remuneração a contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos da CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO da minuta do contrato, consoante os preços estabelecidos em suas respectivas Propostas de Preços, após negociação de preços, se houver, nos termos do ANEXO IX – Minuta do Contrato.

17.1.1 O CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS não pagará honorários ou qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

17.1.2 Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, a contratada repassará ao CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, sob a forma de desconto, 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que fazem jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

17.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO da minuta do contrato.

17.3 O fornecimento de bens ou serviços especializados deverá sempre ser precedido da apresentação pela empresa licitante vencedora ao CRM-MG de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, e que sejam previamente cadastradas neste Conselho.

17.4 A CONTRATADA prestou garantia, em favor do CONTRATANTE, na modalidade, no valor de R\$ (.....), correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado da contratação.

17.5 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de três dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

17.6 Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA.

17.7 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base no IPCA/IBGE.

17.8 Em caso de atualização do total estimado de despesas deste contrato, o CONTRATANTE exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido no item 17.4.

17.9 Na hipótese de prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/93.

17.10 A licitante vencedora deverá ter atenção em relação às retenções obrigatórias realizadas quando do pagamento efetuado pelo CRMMG. O CRMMG, na data do pagamento, fará as retenções devidas de acordo com a Instrução Normativa SRF nº 1234/12, Lei 9430/96, Lei Municipal nº 8725/03 e demais normas vigentes.

18. DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1 É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior, em qualquer

fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada à inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

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

18.3 Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS tiver conhecimento de fato desabonador no tocante à habilitação ou à classificação, conhecido após o julgamento.

18.4 Se ocorrer à desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora por fatos referidos no item anterior, o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

18.5 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica), mediante comunicação formal, deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS.

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

18.7 A Comissão Permanente de Licitação poderá, no interesse do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, relevar omissões puramente formais nos documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação.

18.8 Para fins desta concorrência, o *Briefing* reúne as informações necessárias à elaboração da Proposta Técnica e, portanto, atende às exigências do projeto básico a que se referem o art. 6º da Lei 12.232/2010 e o art. 40, § 2º, inciso I, da Lei nº 8.666/93.

18.9 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS comunicará os fatos verificados à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

18.10 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora

às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/93.

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

18.12 Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

18.13 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

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

18.15 Correrão por conta do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

18.16 As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária de Belo Horizonte, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

18.17 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, no prazo estabelecido na Lei nº 8.666/1993, apenas mediante solicitação por escrito, feita pelo(s) representante(s) estatutário(s) ou legal(is) da licitante, protocolizada de segunda a sexta-feira, das 8h às 18h no protocolo do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS.

18.17.1 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias, ressalvado que o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS dará conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital, por meio da internet, sem informar a identidade da licitante consulente, no endereço: www.crmmg.org.br

18.17.1.1 A licitante não deve utilizar, em eventual consulta, termos que possam propiciar sua identificação perante a Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica, antes da abertura dos Invólucros nº 3.

18.17.1.2 Cabe às licitantes interessadas acessar o referido endereço para tomar conhecimento das perguntas e respostas.

18.18 A Contratada terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis para retirada do Contrato para assinatura, após o recebimento da convocação formal.

18.19 Sem prejuízo das condições estabelecidas para a apresentação de **IMPUGNAÇÕES** e/ou **PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS** aos termos deste Edital, o CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS informará no seu sítio (www.crmmg.org.br) os teores das impugnações e dos esclarecimentos, assim como as respostas oferecidas, sem no entanto identificar os requerentes/interessados.

Belo Horizonte, 02 de agosto de 2023.

MÁRIO AUGUSTO VASCONCELOS TEIXEIRA
PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Isabella Silva
MEMBRO DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

LEONARDO ANTÔNIO GARCIA
MEMBRO DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

TERMO DE REFERÊNCIA (ANEXO I - AGÊNCIA DE PUBLICIDADE)

1 – DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais - CRM-MG –, representado pela sua **COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**, aqui também designada simplesmente **COMISSÃO**, torna pública, para conhecimento das interessadas, a abertura de licitação, na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, do tipo melhor técnica, para **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29.04.10, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e Decreto 9.094 de 17 de junho de 2017.

1.3. Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, o Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, o Decreto nº 3.722, de 9 de janeiro de 2001, a Instrução Normativa SLTI/MP nº 02, de 11 de outubro de 2010, a Instrução Normativa SECOM-PR nº 7, de 19 de dezembro de 2014, e as disposições deste Edital.

2 – RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

2.1 Os invólucros com as propostas técnica e de preço serão recebidos como segue:

Dia: xx/xx/2023

Hora: 14:00 horas

Local: Rua dos Timbiras 1.200 – Boa Viagem – Belo Horizonte/MG

2.2. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

2.3. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto no Edital, especialmente no item 19, e na legislação aplicável.

2.4. Os invólucros com os documentos de habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

2.5. Os horários mencionados neste T.R. referem-se ao horário de Brasília/DF.

3 – OBJETO

3.1 O objeto deste T.R. é a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivos o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar a sociedade em geral, em especial a população médica ou composta por indivíduos ou instituições vinculados às questões relacionadas a saúde e medicina.

3.2 Também integram o objeto, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias (ambiente digital, mídias sociais, plataformas de dados, multiplataformas de mensagens instantâneas);
- c) À produção e à execução técnica das peças e/ou materiais criados pela agência contratada.

3.3 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 3.2 terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais, o público-alvo e os veículos de comunicação e de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

3.4 Os serviços previstos no subitem 3.2 não abrangem as atividades de promoção, patrocínio e assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

a) Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de comunicação ou divulgação.

3.5 Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante, proponente ou contratada.

3.6 Se, em decorrência das regras deste TR e da legislação aplicável, não restar possível a contratação de 1 (uma) agência, o Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais (CRM-MG), a seu exclusivo juízo, decidirá sobre a conveniência e a oportunidade de realizar novo certame para a contratação de nova(s) agência(s).

3.7 Os serviços objeto desta concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.8 A agência atuará por ordem e conta do CRM-MG, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.2, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

3.9 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

3.10 A agência atuará de acordo com solicitação do CRM-MG em relação aos serviços previstos nos subitens 3.1 e 3.2.

3.11 As ações de publicidade devem vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

3.12

4 – RETIRADA DO EDITAL

4.1 Será gratuita a retirada deste Edital no seguinte endereço eletrônico: <http://www.crmmg.org.br>, transparência e prestação de contas, licitações, licitações em andamento, concorrência

4.2 O interessado que adquirir o Edital por meio da Internet se obriga a acompanhar no Diário Oficial da União e no site do CRM-MG as possíveis alterações ou informações sobre esta concorrência.

5 – INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1 Pedidos de esclarecimentos sobre esta concorrência devem ser encaminhados à Comissão de Licitação, exclusivamente mediante solicitação por escrito, pelo seguinte e-mail: compras.crmmg@portalmedico.org.br.

5.2 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), a identificação da sua proposta perante a Subcomissão Técnica.

5.3 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação em até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das propostas, desde que tenham sido recebidos **até as 14h do dia XX de 2023**.

5.4 Às licitantes consulentes e demais interessadas nesta concorrência cabe acessar assiduamente o endereço supra para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

5.5 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das propostas técnica e de preço previstos no subitem 2 deste Edital.

6 – IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

6.1 Decairá do direito de impugnar perante a Comissão de Licitação:

I – O cidadão que não se manifestar **até 5 (cinco) dias** úteis antes da data de recebimento das propostas técnicas e de preço;

II – A licitante que não se manifestar **até 2 (dois) dias** úteis antes da data de recebimento das propostas técnicas e de preço.

6.2 Considera-se licitante para efeito do inciso II do item 6.1 a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no aviso de licitação ou neste Edital.

6.3 O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, poderá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação do CRM-MG pelo seguinte e-mail: compras.crmmg@portalmedico.org.br, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

6.4 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item 6 será recebida como mera informação.

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

6.6 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 5 (cinco) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

7 – CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

7.1 Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

7.2 Não poderá participar desta concorrência:

- a) Empresa que se encontre sob falência, concordata, recuperação judicial ou extrajudicial, concurso de credores, ou em processo de dissolução, cisão, fusão, incorporação ou liquidação;
- b) Empresa estrangeira que não funcione no Brasil;
- c) Pessoa jurídica que tenha sido declarada inidônea por qualquer órgão ou entidade da Administração Direta, Indireta, da União, dos Estados, do Distrito Federal ou dos Municípios, ou ainda que esteja com o direito de licitar suspenso perante quaisquer desses entes públicos;
- d) Empresas reunidas em consórcio ou pessoa física não empresária;
- e) Empresa em que entre seus dirigentes, responsáveis técnicos ou legais, ou equipes técnicas,

figure quem seja ocupante de cargo ou emprego nos Conselho Regionais de Medicina (CRMs) ou no Conselho Federal de Medicina (CFM).

f) Empresa cujo administrador, proprietário ou sócio com poder de direção seja familiar de funcionário ou agente público, que exerça cargo em comissão ou função de confiança, nos CRMs ou CFM;

g) Empresa cujo objeto social não seja pertinente e compatível como objeto deste Edital;

h) Empresa cujo Invólucro nº 1 apresente em sua parte externa a identificação da licitante ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da Licitante antes da abertura do Invólucro 2 e/ou esteja danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da Licitante antes da abertura do Invólucro 2.

7.3 Caso constatada qualquer uma dessas situações, ainda que *a posteriori*, a licitante será desqualificada, ficando esta e seus representantes incursos nas sanções previstas no art. 90 da Lei nº 8.666/1993.

7.4 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

7.5 A participação na concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 9.4 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus Anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e a responsabilidade pela fidelidade e pela legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

7.6 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que o CRM-MG não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

8 – CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1 Para participar do certame, o(a) representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação o documento que o(a) credencia, junto com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as propostas técnica e de

preço.

8.2 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente. Em ambos os casos, o documento deve ser autenticado em cartório ou apresentado junto com o documento original, para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade.

8.3 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Licitação cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.4 Os documentos mencionados nos subitens precedentes deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as propostas, ou, quando for o caso, os documentos de habilitação, e comporão os autos do processo licitatório.

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

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

8.7 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as propostas técnica e de preço por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados.

9 – ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1 A proposta técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

INVÓLUCRO Nº 1

9.2 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **VIA NÃO IDENTIFICADA**, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

9.3 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado e fornecido, obrigatoriamente, pelo CRM-MG.

9.4 O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na Comissão Especial de Licitação do CRM-MG, de segunda a sexta-feira (dias úteis), das 8h às 11h:30m e das 13h:30m às 17h.

9.5 O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

9.6 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.7 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

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

INVÓLUCRO Nº 2

9.8 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, de que trata o subitem 11.4.

9.9 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada Nome
empresarial e CNPJ da Licitante
Concorrência nº01/2023

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

9.11 O Invólucro nº 1 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

INVÓLUCRO Nº 3

9.12 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10.

9.13 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

**Nome empresarial e CNPJ da Licitante Concorrência nº
01/2023**

9.14 O Invólucro 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 sua abertura.

9.15 O Invólucro nº 3 e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (invólucro nº 1) e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

10 – ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO

10.1 A proposta de preço deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação condicionada no Invólucro nº 4.

INVÓLUCRO Nº 4

10.2. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Proposta de Preço

Nome empresarial e CNPJ da Licitante

Concorrência nº 01/2023

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

10.4. O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11 – APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A licitante deverá apresentar sua proposta técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio básico
Capacidade de Atendimento	Estratégia de comunicação publicitária
Repertório	Ideia criativa
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Estratégia de mídia e não mídia

11.1.1 A proposta técnica será redigida em língua portuguesa, exceto expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

11.2. Para a apresentação do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, as licitantes levarão em conta as seguintes orientações:

- Caderno único e com espiral preta colocado à esquerda;
- Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 g/m² a 90 g/m², ambas em branco;
- Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m² a 90 g/m², orientação paisagem;
- Espaçamento de 2 cm na margem esquerda e 2 cm na direita a partir da borda e espaçamento de 2 cm na margem superior e de 2cm na margem inferior a partir das bordas.
- Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes semrecuos;
- Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12, observado o disposto nos subitens 11.2.1 e 11.2.3;
- Numeração em todas as páginas sequencialmente, pelo editor de textos, em algarismos arábicos no canto inferior direito da página a partir da primeira página interna;
- Sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e aos materiais de que trata a alínea “b” do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.4.

11.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a. Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b. Os dados e informações dos quadros e/ou tabelas devem ser editados na fonte Arial, cor preta, tamanho 10;
- c. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão: c1) ser apresentadas em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4; c2) ser impressas na orientação paisagem.

11.2.3. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a. Ser editados em cores;
- b. Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- c. Ter qualquer tipo de formatação de margem;
- d. Ser apresentados em papel A3 dobrado e impressos na orientação paisagem.

11.2.4. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.

11.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à Licitante atentar para o disposto no subitem 9.7.

11.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) laudas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto no subitem 9.7;

11.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de comunicação e divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

11.2.9. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.2.9.1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

11.3.1. Raciocínio Básico: apresentação em que a licitante demonstrará sua compreensão sobre a atuação do Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais, as ações de comunicação empreendidas pela autarquia, os problemas geral e específico de comunicação, seus desafios e objetivos, expressos no Anexo II – Briefing;

11.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da

proposta para superar o desafio de comunicação e alcançar os objetivos de comunicação relacionados a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

- c. Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- d. Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

11.3.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a. Apresentar relação de todas as peças e/ou materiais que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2, com comentários sobre cada peça e/ou material;
- b. Da relação prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou materiais que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação e expressar os objetivos descritos no Briefing, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea “a” do subitem 11.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou materiais superior ao que pode ser apresentado fisicamente, conforme estabelecido na alínea “b” do subitem 11.3.3, a relação prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e/ou materiais apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças e/ou materiais de que trata a alínea “b” do subitem 11.3.3:

- a. Estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material;
- b. Podem ser apresentados sob a forma de:
 - b1) Roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b2) Protótipo ou “monstro”, para peças destinadas a rádio e Internet; b3) Storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

11.3.3.3.1. Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.2. Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou “monstros” poderão ser apresentados em *PEN DRIVE (32G)* (na impossibilidade em CD ou DVD), executável em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.3.3. Os protótipos ou “monstros” de peças para a Internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.4. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo para sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4.1.

Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

11.3.3.3.5. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, “monstro” de Internet), destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica.

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas fisicamente, até o limite de que trata a alínea “a” do subitem 11.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) Reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) Cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers*, entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagens única;
- d) Um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) Um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) Um *hotsite* cuja página de abertura e/ou demais páginas internas sejam formadas

por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea “g” do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. A Estratégia de Mídia e Não Mídia é constituída de:

- a. Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b. Simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e/ou materiais destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista a alínea “a” do subitem 11.3.3 deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2. Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre:

- a. O período de distribuição das peças e/ou materiais;
- b. As quantidades de inserções das peças em veículos de comunicação e de divulgação;
- c. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de comunicação e de divulgação, separadamente por meios;
- d. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de comunicação e de divulgação;
- e. As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- f. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
- g. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

11.3.4.3. Nessa simulação:

- a. Os preços das inserções em veículos de comunicação e de divulgação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos

veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
c. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre os serviços de fornecedores.

11.3.4.3.1 Caso este Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea “a” do subitem 11.3.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e/ou materiais da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I – Ter a identificação da licitante;

II – Ser datado;

III – Estar assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

11.5. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos

e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) Relação nominal dos seus principais clientes nos últimos 5 anos anteriores a licitação (contados da data de divulgação do edital no DOU), com a especificação do início e término de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, Internet, produção gráfica, mídia, mídias sociais e atendimento;
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) A sistemática de atendimento e a discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CRM-MG, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

REPERTÓRIO

11.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e materiais que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.7 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

11.8. O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1. A licitante deverá apresentar **10 (dez)** peças ou materiais, independentemente de seu tipo

ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *PEN DRIVE* (Quantidade: 01; Capacidade: 32GB) ou CD, ou DVD, executável no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.2. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.2.1. Se soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.1.3. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

11.8.2. As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2018.

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

11.8.4. As peças e/ou materiais não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo CRM-MG, sua atual gestão ou administração anterior.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

11.9. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem

11.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.9 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar 2 (**dois**) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:

- I. Será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II. Deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III. Não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e/ou aprovadas pelo CRM-MG (da atual ou da administração anterior);
- IV. Deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

11.10.1. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.2. Se a Licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na alínea “d” do subitem 12.3.1.

11.10.3. Os relatos de que tratam este item deverão ter sido implementados de 1º de janeiro de 2018 a 31 de dezembro de 2021.

11.11. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato, conforme especificação abaixo:

- I. – As peças eletrônicas deverão ser fornecidas preferencialmente em *PEN DRIVE 32G* (na impossibilidade em CD ou DVD) executável no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;
- II. – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas

dimensões originais;

- III. – Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

11.12. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

12 – JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica de Julgamento, prevista no subitem 18.2 deste TR, analisará as propostas técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

12.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da proposta, em cada quesito ou subquesito:

12.2.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

12.2.1.1. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

- e) A atuação do CRM-MG nos contextos social, político, técnico e epidemiológico;
- f) As características da atuação do CRM-MG e a importância da comunicação para o alcance de suas metas;
- g) O desafio de comunicação expresso no Briefing;
- h) Os objetivos de comunicação expressos no Briefing.

12.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação publicitária do CRM-MG e ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação publicitária do CRM-MG com seus públicos;
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar – proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia da comunicação publicitária proposta;

f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária do CRM-MG, o desafio de comunicação expresso no Briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.

12.2.1.3. Ideia Criativa

- a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) A simplicidade da forma como se apresenta;
- g) Sua pertinência às atividades de comunicação publicitária do CRM-MG;
- h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- i) A exequibilidade das peças e/ou dos materiais;
- j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais com os meios e públicos propostos.

12.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação às duas alíneas anteriores;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do CRM-MG;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

12.2.2. Capacidade de Atendimento

- a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do CRM-MG, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;
- d) A operacionalidade do relacionamento entre o CRM-MG e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na

Proposta;

- f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Conselho Federal de Medicina, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

12.2.3. Repertório

- a) A Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs resolver;
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou do material;
c) A clareza da exposição das informações prestadas.

12.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) A evidência de planejamento publicitário;
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
c) A relevância dos resultados apresentados;
d) A concatenação lógica da exposição.

12.3. A pontuação da proposta técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1. Os quesitos e subquesitos terão, no máximo, os seguintes pontos:

Quesitos/Subquesitos	Pontos
Plano de Comunicação Publicitária	70
<i>Raciocínio Básico</i>	10
<i>Estratégia de Comunicação Publicitária</i>	25
<i>Ideia Criativa</i>	25
<i>Estratégia de Mídia e Não Mídia</i>	10
Capacidade de Atendimento	10
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL	100

12.3.2. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá, no máximo, os seguintes pontos a cada atributo dos subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária:

Quesito	Subquesito	Atributo	Pontos
		A1) atuação do CRM-MG nos contextos social, político, técnico e epidemiológico	2,0

Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico (A)	A2) as características da atuação do CRM-MG e a importância da comunicação para o alcance de suas metas	2,0
		A3) desafio de comunicação expresso no Briefing	2,0
		A4) objetivos de comunicação expressos no Briefing	4,0
	Estratégia de Comunicação Publicitária (B)	B1) adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação publicitária do CRM-MG e ao desafio de comunicação expresso no Briefing;	7,0
		B2) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	4,0
		B3) riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação publicitária do CRM-MG com seus públicos	2,0
		B4) adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar; proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing	7,0
		B5) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	3,0
		B6) capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária do CRM-MG, o desafio de comunicação expresso no Briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível	2,0
	Ideia Criativa (C)	C1) adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing	5,0
		C2) adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante	3,0
		C3) adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo	1,0
		C4) multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	2,0

		C5) originalidade da combinação dos elementos que a constituem	3,0
		C6) simplicidade da forma como se apresenta	2,0
		C7) pertinência às atividades de comunicação publicitária do CRM-MG	3,0
		C8) desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados	3,0
		C9) exequibilidade das peças e/ou dos materiais	1,0
		C10) compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos	2,0
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (D)	D1) conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários	1,0
		D2) capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	1,0
		D3) consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores	3,0
		D4) pertinência, oportunidade e economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do CRM-MG	2,0
		D5) economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais	1,0
		D6) otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	2,0

12.3.3. A pontuação do atributo corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica.

12.3.3.1. A pontuação do atributo terá uma casa decimal, utilizando-se o arredondamento das casas seguintes por emprego de um algarismo significativo, ou seja: valores menores que 5 (cinco) não alteram a casa decimal; valores superiores ou iguais a 5 (cinco) alteram a casa decimal em mais uma unidade.

12.3.4. A pontuação do subquesto corresponderá à soma algébrica da pontuação dos atributos.

12.3.5. A pontuação do quesito corresponderá à soma algébrica da pontuação dos subquestos.

12.3.6. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá, no máximo, os seguintes pontos a cada atributo dos quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

Quesito	Atributo	Pontos
Capacidade de Atendimento (E)	E1) porte e tradição dos clientes atuais da licitante e conceito de seus produtos e serviços no mercado	1,0
	E2) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias	3,0
	E3) adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à comunicação publicitária do CRM-MG	3,0
	E4) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	1,0
	E5) operacionalidade do relacionamento entre o CRM-MG e a licitante esquematizado na proposta	1,0
	E6) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CRM-MG, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	1,0
Repertório (F)	F1) Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs resolver	4,0
	F2) qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou do material	4,0
	F3) clareza da exposição das informações prestadas	2,0
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (G)	G1) evidência de planejamento publicitário	2,0
	G2) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	3,0

	G3) relevância dos resultados apresentados	3,0
	G4) concatenação lógica da exposição	2,0

12.3.7. A pontuação do atributo corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica.

12.3.7.1. A pontuação do atributo terá uma casa decimal, utilizando-se o arredondamento das casas seguintes por emprego de um algarismo significativo, ou seja: valores menores que 5 (cinco) não alteram a casa decimal; valores superiores ou iguais a 5 (cinco) alteram a casa decimal em mais uma unidade.

12.3.8. A pontuação do quesito corresponderá à soma algébrica da pontuação dos atributos.

12.3.9. A pontuação da proposta de cada licitante corresponderá à soma algébrica da pontuação dos quesitos.

12.3.10. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída por seus membros aos subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária e aos quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do subquesito ou do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

12.3.11. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da proposta técnica, as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 12.5.

12.4. Será desclassificada a proposta que:

- a) Não alcançar, no total, **80 (oitenta)** pontos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4;
- c) Propicie que seja identificada sua autoria antes da abertura dos Invólucros nº2.

d) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

12.4.1. Poderá ser desclassificada a proposta que não atender às demais exigências do presente Edital e de seus Anexos, a depender da gravidade da ocorrência.

12.5. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4.

12.5.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13 – APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

13.1. A proposta de preços da licitante deverá ser:

- a. Apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, exceto expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b. Datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 13.2 e 13.3 por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- c. O prazo de validade da proposta de preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados da sua apresentação.

13.2. A Licitante deverá apresentar planilha de preços sujeitos a valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo V.

13.3. Declarações nas quais a licitante:

13.3.1. Informará seu entendimento em respeito aos pontos elencados no **Anexo IV** (Modelo de Proposta de Preço);

13.3.2. Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no contrato, **Anexo IX** (Minuta de Contrato).

13.3.3. Garantirá a transferência ao Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais (CRM-MG) de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

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

14 – JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

14.1. As propostas de preços das licitantes classificadas no julgamento das propostas técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

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

14.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da planilha que constitui o Anexo IV, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, **não será aceito:**

- a) Desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e/ou materiais cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- b) Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- c) Percentual de honorários superior a 1% (um por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

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

14.5. A reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago

pelo CRM-MG em relação ao valor original dos direitos patrimoniais do autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

14.5.1. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso;

14.5.2. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirão o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

14.6. A nota da proposta de preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

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

DESCONTO/HONORÁRIOS	NOTAS (N)
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais	$N = 0,1 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65.	$N = 10 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias.	$N = 5 \times (1,0 - \text{Honorários})$

Observação: Para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos **desconto** e **honorários** serão substituídos nas fórmulas da coluna **Notas** pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.

14.6.3. A nota de cada proposta de preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.6.1.

14.6.4. A proposta de preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

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

- a. O maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b. O menor percentual de honorários referentes a produção e execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores;
- c. O menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

15 – JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1. O julgamento final das propostas técnica e de preço desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo Melhor Técnica, nos termos dos itens 12 e 14 deste TR.

15.2. Serão vencedoras do julgamento final das propostas as licitantes que tenham sido mais bem classificadas no julgamento da proposta técnica – observado o disposto no subitem 12.5 deste TR e que tiver apresentado a proposta de menor preço de acordo com o subitem 14.6.4 deste Edital.

15.3. Se a licitante mais bem classificada na proposta técnica não tiver apresentado a proposta de menor preço e não concordar em praticá-lo, a Comissão Permanente de Licitação efetuará com as demais licitantes a negociação prevista no art. 46, § 1º, II, da Lei nº 8.666/1993, nos termos da proposta de menor preço, obedecida a ordem de classificação das propostas técnicas, até a obtenção do número de agências estipulado para esta concorrência.

15.4. A licitante que não concordar em praticar os preços da proposta de menor preço perderá o direito de contratar os serviços com o CRM-MG, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

16 – ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas técnicas e de Preço no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

16.1.1. A licitante classificada no julgamento final das propostas que não apresentar os documentos de habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 17.4.1.

16.2. Os documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência CRM-MG nº 01/2023

16.2.1. O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e deve ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo e às informações de que trata, desde que inviolável até sua abertura.

16.3. Os documentos de habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I – Em original; ou

II – Sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III – Em cópia autenticada por cartório competente; ou

IV – Em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato de entrega dos documentos de habilitação.

16.4. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Licitação.

16.5. Os documentos de habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

16.6. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista neste Termo de Referência.

16.6.1. *Habilitação Jurídica*

- a. Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- b. Registro comercial, em caso de empresa individual;
- c. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;
 - c.1) Os documentos mencionados na alínea “c” deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência.
- d. Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

16.6.2. Qualificação técnica

- a) Declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 deste Termo de Referência;
- b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, na forma prevista no subitem 16.13.

16.6.3. Qualificação Econômico-financeira

- a) Certidão Negativa de Falência, de concordata, de recuperação judicial ou extrajudicial (Lei nº 11.101/2005), expedida pelo distribuidor da sede da empresa, datada dos últimos 30

(trinta) dias, ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria certidão. No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada um dos distribuidores;

b) Balanço Patrimonial e demais demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentadas na forma da lei devidamente registrados, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios;

b.1) As empresas constituídas no ano em curso ou com menos de um ano poderão substituir o balanço anual por balanço de abertura (sociedades sem movimentação) ou balanço intermediário (sociedades com movimentação), devidamente autenticados pelo órgão de registro do comércio.

b.2) Entenda-se por “na forma da lei”:

I – Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de registro do comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia autenticada do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraída (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969);

II – Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de registro do comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976) ou fotocópia registrada ou autenticada no órgão de registro do comércio da sede ou domicílio da licitante;

III – Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão de registro do comércio.

b.3) A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

I – Do balanço referido no inciso II do subitem 16.2.3, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

LG= Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Total

SG = -----

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Circulante

LC = -----

Passivo Circulante

II – Dos balanços referidos no inciso b do subitem 16.6.3, cujo Índice de Solvência, obtido de acordo com a fórmula abaixo, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

Ativo Total

S = -----

Passivo Exigível Total

b.4) Os índices de que tratam I e II da alínea b.3 do subitem 16.6.3 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente.

b.5) No caso de licitante que apresentar igual ou menor que 1,0 (um) no cálculo do ISG, ILC e ILG, deverá comprovar possuir capital mínimo ou patrimônio líquido igual ou superior a R\$ 360.000,00 correspondente a 10% do valor da verba publicitária fixada e do valor do contrato a ser firmado.

16.6.4. Regularidade fiscal e trabalhista

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c) Prova de regularidade para com a Fazenda Nacional, que deverá ser efetuada mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados;
- d) Certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das

Secretarias de Fazenda do estado e do município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, em vigor na data de apresentação dos documentos de habilitação, fornecido pela Caixa Econômica Federal, nos termos da Lei nº 8.036/1990;

f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT), que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

16.7. A licitante também deverá incluir, no Invólucro nº 5, declaração, na forma regulamentada pelo Decreto Federal nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição, elaborada conforme o modelo do Anexo VI deste Edital.

16.8. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

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

16.10 Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

16.11 O certificado de que tratam a alínea “b” do subitem 16.6.2 e a alínea “b” do subitem 16.10 deste Edital, se emitido para a matriz da agência, valerá para esta e para a filial. Se emitido para a filial, valerá apenas para esta.

16.10.1. Para fins da comprovação de que tratam esses subitens, a licitante apresentará, no Invólucro nº 1, alternativamente:

I – Cópia autenticada do certificado emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda;

II – Documento obtido no site do CENP ou de entidade equivalente na Internet, caso em que a Comissão Especial de Licitação verificará a validade do certificado no referido sítio.

17 – ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Declarado o encerramento do prazo para recebimento do Invólucro nº 5, nenhum documento será aceito, tampouco serão permitidos quaisquer adendos, substituições ou emendas quanto à documentação apresentada.

17.2. A abertura dos Invólucros nº 5 será iniciada no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim, em ato público.

17.3. Não será considerada documentação que contrarie os requisitos expressos neste Edital e em seus Anexos ou em desacordo com as formalidades prescritas, sendo vedada a inclusão de informações ou documentos que deveriam constar originariamente neles.

17.4. A Comissão Permanente de Licitação analisará os documentos de habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 16 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus Anexos.

17.4.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Permanente de Licitação reabrirá a fase de habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das propostas para apresentar os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

17.5. Para a análise da habilitação das licitantes, na forma do subitem 17.4, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis), no Portal da Transparência, mantido pela Controladoria Geral da União (CGU), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário do Tribunal de Contas da União.

17.6 A Comissão Permanente de Licitação, após a abertura dos envelopes relativos à documentação de habilitação, poderá, a seu critério exclusivo, suspender a reunião a fim de que tenha melhores condições de analisar os documentos apresentados, divulgando posteriormente, através de publicação no Diário Oficial da União, o resultado da habilitação.

18 – COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com

exceção da análise e do julgamento das propostas técnicas.

18.2. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

18.2.1. Um dos membros da Subcomissão não terá nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com os CRMs ou CFM.

18.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, pelo menos 3 (três) deles sem nenhum vínculo contratual, direto ou indireto, com o CRM-MG ou CRMs, todos previamente cadastrados pela Comissão de Licitação.

18.3.1. A relação dos nomes referidos no subitem 18.3 deste Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitação no Diário Oficial da União, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

18.3.2. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o CRM-MG ou CRMs, nos termos dos subitens 18.2.1 e 18.3.

18.3.3. A relação prevista no subitem 18.3 deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o CRM-MG ou os CRMs.

18.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 18.3, mediante a apresentação à Comissão de Licitação de justificativa para a exclusão.

18.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

18.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 18.

18.3.7. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 18.3.

18.3.8. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 18.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

19 – PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1 À exceção do julgamento das Propostas Técnicas, compostas do Plano de Comunicação Publicitária, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, que será realizado por uma Subcomissão Técnica todos os demais procedimentos e julgamentos inerentes a esta concorrência serão de responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação.

19.2. A licitação será processada e julgada pela comissão permanente de licitação, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

19.3. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas. Pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com os CRMs e CFM.

19.4. A escolha dos membros da subcomissão técnica especialistas em comunicação, publicidade ou marketing se dará por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) indivíduos que atendam as especificações acima, previamente cadastrados, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não deve manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com os CRMs e CFM.

19.5. A relação dos nomes referidos será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio. Para os fins do cumprimento do disposto na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer proponente interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

19.6. Admitida à impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

19.7. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.

19.8. A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

19.9. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais.

19.10. Serão realizadas quatro reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

19.11. Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Subcomissão Técnica ou Comissão Permanente de Licitação, e conforme o caso pelos representantes das licitantes presentes.

19.12. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item **3.2** do edital

19.13 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

19.14 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica poderão, em qualquer fase do processo, se julgarem necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

19.15 É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada à inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

19.16. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderá

no interesse do CRM-MG, relevar omissões puramente formais nos Documentos de Habilitação e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação.

19.17. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

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

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

19.20. A primeira fase da **primeira reunião pública** será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

- a. Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 3.2;
- b. Receber os Invólucros **nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4**;
- c. Conferir se os Invólucros **nº 1** apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber todos os seus invólucros;
- d. Abrir os Invólucros **nº 3**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- e. Lançar a rubrica dos membros da Comissão Permanente de Licitação e dos representantes das licitantes, ou pela comissão por eles nomeada, nos fechos dos Invólucros **nº 2 e nº 4**, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão;
- f. Informar que será publicado no Diário Oficial da União aviso indicando data, hora e local da próxima reunião pública.

19.21. Será imediatamente desclassificada e ficará impedida de participar das fases posteriores

do certame a licitante cujos documentos pertinentes ao Invólucro **nº 1** contenham informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.

19.22. Encerrada a reunião, os documentos dos Invólucros **nº 1** e **nº 3** serão repassados à Subcomissão Técnica, a qual caberá:

- a. Julgar as Propostas Técnicas;
- b. Elaborar planilhas com as pontuações de cada membro da Subcomissão Técnica para os quesitos de cada Proposta Técnica e planilhas totalizadoras das notas dos quesitos e subquesitos, separadamente para os do Invólucro **nº 1** e do Invólucro **nº 3**;
- c. Elaborar ata(s) de julgamento das Propostas;
- d. Manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

19.23. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea “d” do item 12.4 do edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada um dos quesitos ou subquesitos da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que sejam vencidos os prazos para recursos relativos a essa fase.

19.24. O disposto no item anterior não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros **nº 2**.

19.25. Caso se constate nos documentos dos Invólucros **nº 1** e **nº 3**, em qualquer momento anterior à abertura dos Invólucros **nº 2**, a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a licitante será automaticamente desclassificada e impedida de participar das fases posteriores do certame.

19.26. Após receber a(s) ata(s) de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros **nº 1** e **nº 3**), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item **11**, para participar da **segunda reunião pública**, com a seguinte pauta básica:

- a. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

- b. Abrir os Invólucros nº 2;
- c. Cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária para a identificação de sua autoria;
- d. Elaborar planilha com as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica às Propostas Técnicas, constituídas dos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em ordem decrescente de classificação;
- e. Proclamar o resultado de julgamento das Propostas Técnicas.

19.27. Se todos os representantes dos licitantes estiverem presentes, abrir-se-á o prazo de cinco dias úteis para interposição de recursos a decisões desta fase, caso contrário, o prazo para interposição de recursos contará a partir da divulgação do resultado no Diário Oficial da União.

19.28. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da próxima reunião pública.

19.29. A **terceira reunião pública** terá a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir o Invólucro nº 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;
- d) Identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- e) Realizar com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/93, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

- f) Realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- g) Por último, a Comissão Permanente de Licitação convocará a licitante classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação, os quais serão recebidos e abertos em sessão pública.
- h) Os documentos de habilitação estão relacionados no item 04 deste edital;
- i) Declarar vencedora desta concorrência a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- j) Publicar o resultado final na forma do item 11.

19.30. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta concorrência à vencedora.

19.31. Os invólucros das licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, o Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais providenciará sua destruição.

20 – HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o CRM-MG homologará o resultado desta concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 29.9 deste Edital.

21 – DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da União é obrigatória:

- a) Nas sessões de abertura de invólucros;
- b) No Diário Oficial da União;
- c) Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

22 – RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Permanente de Licitação do CRM-MG.

22.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao ordenador de despesas do CRM-MG, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

22.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicados pela Comissão Especial de Licitação.

22.6. Os recursos das decisões referentes a habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o CRM-MG, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23 – VALOR CONTRATUAL E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

23.1. A reserva orçamentária está estimada em **R\$ 3.600.00,00 (três milhões e seiscentos mil**

reais), pelos primeiros 12 (doze) meses do contrato.

23.2. As despesas serão executadas de acordo com o previsto no item 3 deste TR tendo como referência o Projeto do CRM-MG, observado o valor global da contratação.

23.3. No exercício de 2023, as despesas correrão à conta da dotação orçamentária Serviços de Publicidade Institucional – 6.2.2.1.1.33.90.39.043.

23.4. Se o CRM-MG optar pela prorrogação dos contratos que forem assinados, nos próximos exercícios serão consignadas no seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

23.5. O CRM-MG se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

24 – CONDIÇÕES CONTRATUAIS

24.1. A licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, e o prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia.

24.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no subitem 24.1, para assinar os respectivos contratos e/ou apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, o CRM-MG poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar os contratos em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar os contratos, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

24.2. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá vigência de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

24.2.1. Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo do CRM-MG, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

24.3. O CRM-MG poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que for assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/1993 e no contrato firmado entre

as partes, com exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

24.3.1. A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do CRM-MG, a retenção dos créditos decorrentes dos contratos, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

24.4. No interesse do CRM-MG, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/1993.

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

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

24.7. A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos ao CRM-MG sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam.

24.8. A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome do CRM-MG, se houver expressa autorização desta.

24.9. É vedado à contratada caucionar ou utilizar os contratos resultantes desta concorrência para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização do CRM-MG.

24.10. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

24.11. O CRM-MG avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada, nos termos do subitem 7.11 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IX).

24.13. A contratada centralizará o comando da publicidade do CRM-MG em Belo Horizonte/MG, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório. Se necessário, a contratada poderá eventualmente utilizar seus estabelecimentos em outros estados para executar parte dos serviços

objeto do contrato, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

24.13.1. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura dos contratos, a contratada deverá comprovar que possui, em Belo Horizonte/MG, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CRM-MG, representada, no mínimo, pelos seguintes quantitativos de profissionais e respectivas áreas de atividades:

- 01 (um) profissional na área de atendimento;
- 01 (um) profissional na área de planejamento;
- 02 (dois) profissionais na área de criação;
- 02 (dois) profissionais nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação;
- 01 (um) profissional na área de mídia.

24.14. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos, os elementos apresentados pelas respectivas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

25 – GARANTIA

25.1. Para fiel garantia das obrigações estabelecidas neste instrumento, a licitante vencedora apresentará uma garantia correspondente a 5% do valor do total do valor mínimo de faturamento garantido, que deverá ser renovada anualmente, caso haja renovação contratual, escolhida a seu critério, entre as três modalidades a seguir:

- Na forma de fiança bancária, emitida por Instituição Bancária, válida durante a vigência contratual e com vencimento no prazo de 45 dias após a conclusão integral do contrato;
- Seguro garantia, com vencimento no prazo de 45 dias após a conclusão integral do contrato ou sua rescisão;
- Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

25.2. Na ocorrência de rescisão unilateral do contrato por inexecução das cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos, a contratante poderá ressarcir-se dos prejuízos apurados,

valendo-se do valor da garantia assinalada no item anterior pelo seu valor total; ou, se o prejuízo for maior, cobrar a diferença utilizando-se das medidas judiciais pertinentes.

25.3. A garantia contratual será apresentada pela Contratada à Contratante, em até 10 (dez) dias corridos após a data de assinatura do contrato, sob pena de sofrer as sanções previstas na lei 8666/93 e no contrato.

25.4. A garantia deverá ser renovada a cada prorrogação efetivada no contrato e entregue à Contratante em até 10 (dez) dias corridos após a data de assinatura do Termo Aditivo de prorrogação do contrato, nos moldes do art. 56 da Lei nº 8.666/93.

25.5. A garantia prestada na modalidade Caução em dinheiro será liberada ao fim do contrato, comprovado o adimplemento das obrigações contratuais.

26 – REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

26.1 A remuneração à contratada pelos serviços prestados será feita nos termos estabelecidos em suas respectivas Propostas de Preços.

26.2 O Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais não pagará honorários ou qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

26.3 Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, a contratada repassará ao CRM-MG, sob a forma de desconto, 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que fazem jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

26.4 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta do contrato.

26.5 O fornecimento de bens ou serviços especializados deverá sempre ser precedido da apresentação pela empresa licitante vencedora ao CRM-MG de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

26.6 A CONTRATADA prestou garantia, em favor do CONTRATANTE, na modalidade, no valor de R\$ (.....), correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado pelo CRM-MG.

26.7 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá

proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de três dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

26.8 Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA.

26.9 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base no IPCA/IBGE.

26.10 Em caso de atualização do total estimado de despesas deste contrato, o CONTRATANTE exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido.

26.11 Na hipótese de prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/93.

ATENÇÃO LICITANTES:

26.12 A CONTRATADA deverá apresentar obrigatoriamente ao CONTRATANTE um relatório dos pagamentos efetuados aos fornecedores e veículos, contendo data, valor e comprovante do pagamento realizado.

26.12.1. O relatório deverá ser enviado no máximo em até 15 (quinze) dias após o Contratante efetuar o repasse à Contratada do valor do serviço prestado.

27 – FISCALIZAÇÃO

27.1. A fiscalização e acompanhamento da execução do contrato se dará por meio dos funcionários **Maísa Pinheiro Alves da Silva**, gestor titular e **Edson Braz Carvalho Cruz**, gestor substituto, especialmente designados, que anotarão em registro próprio todas as ocorrências, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados na forma do artigo 67, da Lei nº 8.666/1993.

28 – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1 O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará o contratado à multa de mora, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato.

28.2 A multa que se trata o item anterior não impede que o contratante rescinda unilateralmente

o contrato e aplique as outras sanções previstas na Lei das Licitações (Lei n. 8.666/93).

28.3 A multa, aplicada após regular processo administrativo, será descontada da garantia do respectivo contratado.

28.4 Se a multa for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, a qual será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

28.5 Pela inexecução total ou parcial do contrato o contratante poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções:

I - Advertência;

II - Multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato;

III- Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

28.6 - Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pelo contratante ou cobrada judicialmente.

28.7 - As sanções previstas nos subitens I, III e IV poderão ser aplicadas juntamente com o subitem II, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

28.8 - A sanção estabelecida no subitem IV deste artigo é de competência exclusiva da Presidente do CRM-MG, facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação. (Vide art. 109 inciso III da Lei n. 8.666/93).

28.9 - As sanções previstas nos subitens III e IV poderão também ser aplicadas às empresas ou aos profissionais que, em razão dos contratos regidos por esta Lei:

IV - Tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

V- Tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

VI - Demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

28.10 - A aplicação das penalidades será precedida da concessão da oportunidade de ampla defesa por parte do adjudicatário, na forma da lei.

29 – DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das propostas técnica e de preço ou dos documentos de habilitação.

29.1.1. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

29.2. A Comissão Permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das propostas técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

29.2.1. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

29.3. Até a assinatura dos contratos, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o CRM-MG tiver conhecimento de fato desabonador a suas classificações ou habilitações conhecidas após o julgamento de cada fase.

29.3.1. Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem 29.3, o CRM-MG poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

29.4. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (proposta técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CRM-MG.

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

29.6. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o CRM-MG comunicará os fatos verificados à Procuradoria-Geral da União, para as providências devidas.

29.7. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

29.8. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação no processo de julgamento das propostas resultará na sua desclassificação.

29.9. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

29.9.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

29.10. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as propostas técnica e de preço, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus Anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

29.11. Correrão por conta do CRM-MG as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

29.12 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro de Belo Horizonte/MG, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

29.13. Integram este TR os seguintes Anexos:

ANEXO II – BRIEFING;

ANEXO III – MODELO DE PROCURAÇÃO;

ANEXO IV – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO;

ANEXO V – PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO;
ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO – ART. 27, V, DA LEI Nº 8.666/1993;
ANEXO VII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA;
ANEXO VIII - FORMULÁRIO DE DADOS PARA ASSINATURA DO CONTRATO;
ANEXO IX – MINUTA DO CONTRATO;
ANEXO X – MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO
ANEXO XI – DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA
ANEXO XII – PLANILHAS – SUBCOMISSÃO TÉCNICA

30 GESTORES DO CONTRATO

GESTOR TITULAR

NOME: Máisa Pinheiro Alves da Silva

FUNÇÃO: Coordenadora

MATRÍCULA:000704

ASSINATURA: _____

GESTOR SUBSTITUTO DO CONTRATO

NOME: Edson Braz Carvalho Cruz

FUNÇÃO: Jornalista: 000680

MATRÍCULA:

ASSINATURA: _____

Belo Horizonte, 04 de agosto de 2023

Maísa Pinheiro Alves da Silva
Coordenadora – Departamento de Comunicação e Assessoria de Imprensa

Mário Augusto Vasconcelos Teixeira
Coordenador – Setor de Compras e Licitações

ANEXO II

BRIEFING PARA LICITAÇÃO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.

INTRODUÇÃO

Os Conselhos Regionais de Medicina (CRMs) são órgãos que possuem atribuições constitucionais de fiscalização e normatização da prática médica no âmbito estadual. Atuando na esfera judicante, normativa, administrativa e educacional de forma autônoma, os CRMs exercem também importante papel político regional, defendendo a saúde da população e os mais legítimos interesses da classe médica.

O Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais (CRM-MG) empenha-se em defender a boa prática médica, o exercício profissional ético e uma boa formação técnica e humanista, convicto de que a melhor defesa da medicina consiste na garantia da assistência de qualidade para a população.

Este Conselho conta com 42 conselheiros, 21 efetivos e 21 suplentes, que compõem a Plenária, instância máxima deliberativa da autarquia. A diretoria está subordinada à plenária, tendo seus integrantes a responsabilidade pela gestão e o acompanhamento das atividades de diferentes setores do CRM-MG.

Sediado em Belo Horizonte, o CRM-MG conta com 25 delegacias regionais distribuídas por todo o Estado. As delegacias são representações do Conselho em cidades polo do interior, de forma a desconcentrar os serviços e bem atender os médicos registrados nesta jurisdição e à população mineira.

As delegacias regionais estão localizadas nos municípios de Alfenas, Araxá, Barbacena, Conselheiro Lafaiete, Divinópolis, Governador Valadares, Ipatinga, Itabira, Itajubá, João Monlevade, Juiz de Fora, Lavras, Montes Claros, Muriaé, Paracatu, Passos, Patos de Minas, Poços de Caldas, Pouso Alegre, São João Del Rei, Sete Lagoas, Teófilo Otoni, Uberaba, Uberlândia e Varginha.

MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão: O Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais (CRM-MG) tem a missão fiscalizar o exercício da medicina, visando assegurar serviços médicos de qualidade para a sociedade e condições dignas de trabalho para o médico.

Visão: Ser reconhecido como um efetivo instrumento regulador de supervisão da ética profissional, formador de opinião em assuntos que envolvam a medicina e consolidador da profissão médica como fator de proteção à sociedade.

Valores: Ética – Legalidade – Publicidade – Eficiência – Probidade – Imparcialidade – Sustentabilidade – Comunicação – Valorização da equipe

DEMOGRAFIA MÉDICA

Conforme os dados apresentados no estudo Demografia Médica no Brasil 2018, resultado de uma colaboração entre o Conselho Federal de Medicina (CFM) e a Universidade de São Paulo (USP), O Brasil tem hoje mais do que o dobro de médicos que tinha no início do século. Em 2000, eram 230.110 médicos. Em 2018, eles somam 502.475 profissionais. Nesse período, a relação de médico por mil habitantes também aumentou significativamente, na média nacional. Passou de 1,41 para 2,4.

Os dados apontam que a proporção de médicos por habitantes no Brasil é superior à do Japão e se aproxima dos índices dos Estados Unidos (2,6), Canadá (2,7) e Reino Unido (2,8).

Segundo mostra o estudo, em estados das regiões Sudeste e Sul e em cidades mais desenvolvidas a proporção é muito maior do que a razão de 3,5 médicos por mil habitantes, que é a média dos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

Belo Horizonte contava então com uma população de 2.523.794 pessoas, e concentrava 36,8% dos médicos. As demais cidades de Minas Gerais, juntas, contavam uma população de 18.595.742 pessoas e concentrava 63,2% dos médicos. Na capital mineira eram 7,09 médicos por grupo de mil habitantes e, em Minas Gerais, 2,30 médicos por grupo de mil habitantes

A perspectiva é que a proporção de médicos por grupos de 1.000 continue crescendo, já que os médicos trabalham em média 40 anos e anualmente cresce o número de novos formandos. Estima-se que, em 2024, 31.849 novos médicos entrem no mercado de trabalho, o que corresponde ao número de vagas de graduação oferecidas no país em 2017.

De acordo com o mesmo estudo, o número de mulheres médicas também vem aumentando a cada ano, chegando a 46,6% da categoria, com tendência à crescente feminilização da medicina no País.

CÓDIGO DE ÉTICA MÉDICA

Em abril de 2019 entrou em vigor a Resolução CRM-MG nº 2.217/18, que instituiu o sétimo Código de Ética Médica. Ele substituiu o anterior, que vigorou por dez anos, de 2009 a 2019. O Código de Ética é a base para as normas produzidas pelo CRM-MG e dá os parâmetros para as

ações empreendidas pela autarquia.

Assim como o Código anterior, o novo texto mantém artigos que se referem a temas como cuidados paliativos, reforço à autonomia do paciente, reprodução assistida e manipulação genética. Outros assuntos que tiveram suas diretrizes revistas, atualizadas e ampliadas em 2009 e mantidas em 2019 se referem à publicidade médica, conflito de interesses, segunda opinião e responsabilidade médica.

Além disso, o novo texto atualizou a versão anterior, incorporando abordagens pertinentes às mudanças do mundo contemporâneo. Temas como inovações tecnológicas, comunicação em massa e relações em sociedade foram tratados, dentre outros. O novo Código de Ética prevê, por exemplo, a obrigatoriedade da elaboração do sumário de alta e de sua entrega ao paciente quando solicitado.

Para elaborar o novo Código de Ética, o CRM-MG analisou 1.421 propostas, que foram avaliadas pelas comissões estaduais e pela Comissão Nacional de Revisão do Código de Ética Médica. No seu processo de formulação, além de serem consideradas as mudanças sociais, jurídicas e científicas, os responsáveis pelo trabalho também levaram em consideração códigos de ética médica de outros países e elementos de jurisprudência, bem como posicionamentos que já integram pareceres, decisões e resoluções da Justiça, das Comissões de Ética locais e de resoluções éticas do CRM-MG e de CRMs.

Destaques do Código de Ética Médica

- A autonomia tem sido um dos itens de maior destaque. Já no preâmbulo o documento diz que o médico deverá aceitar as escolhas de seus pacientes, desde que adequadas ao caso e cientificamente reconhecidas. Estabelece, por exemplo, que “o médico aceitará as escolhas de seus pacientes relativas aos procedimentos diagnósticos e terapêuticos”.
- O Código reforça o caráter antiético da distanásia, entendida como o prolongamento artificial do processo de morte, com sofrimento do doente, sem perspectiva de cura ou melhora. Aparece aí o conceito de cuidado paliativo. O texto afirma que nas situações clínicas irreversíveis e terminais, o médico evitará a realização de procedimentos diagnósticos e terapêuticos desnecessários e propiciará aos pacientes sob sua atenção todos os cuidados paliativos apropriados.
- O Código proíbe a criação de embriões com finalidades de escolha de sexo ou eugenia. Já a terapia gênica está prevista. Ela é importante porque envolve a modificação genética de células somáticas como forma de tratar doenças, apresentando grandes perspectivas de desenvolvimento.
- Quando docente ou autor de publicações científicas, o médico deve declarar relações com a indústria de medicamentos, órteses, próteses, equipamentos etc. e outras que possam configurar conflitos de interesses, ainda que em potencial. A determinação é estabelecida no capítulo sobre

Ensino e Pesquisa Médica.

- A introdução do conceito de responsabilidade subjetiva do médico preconiza que esta não se presume, tem que ser provada para que ele possa ser penalizado – por ação ou omissão, caracterizável como imperícia, imprudência ou negligência. É o reconhecimento de que, na área médica, não se pode garantir cura ou resultados específicos para ninguém.
- O paciente tem direito a uma segunda opinião e de ser encaminhado a outro médico. É o que diz o Código de Ética, que proíbe o médico “opor-se à realização de junta médica ou segunda opinião solicitada pelo paciente ou por seu representante legal”. Ao mesmo tempo, o médico não pode desrespeitar a prescrição ou o tratamento de paciente determinados por outro médico. A exceção é quando houver situação de indiscutível benefício para o paciente, devendo comunicar imediatamente o fato ao médico responsável.
- É proibido usar placebo em pesquisa, quando há tratamento eficaz. É o que diz o capítulo sobre Ensino e Pesquisa Médica, que veda ao médico “manter vínculo de qualquer natureza com pesquisas médicas, envolvendo seres humanos, que usem placebo em seus experimentos, quando houver tratamento eficaz e efetivo para a doença pesquisada”.

ASSUNTOS GERAIS DE INTERESSE DO CRM-MG

São temas pertinentes e de interesse do CRM-MG:

- Código de Ética Médica
- Defesa do ato médico
- Revalida e registro profissional de portadores de diplomas médicos estrangeiros
- Carreira de Estado do Médico para atuação no SUS
- Publicidade de assuntos médicos
- Educação Médica Continuada
- Fiscalização dos serviços de saúde e da atividade médica
- Condições para o atendimento da população e o trabalho médico
- Exercício ético da medicina
- Relação entre médico e paciente
- Relação entre médicos e operadoras de planos de saúde
- Escolas médicas

PROBLEMA GERAL DE COMUNICAÇÃO

O CRM-MG é uma autarquia com presença significativa na mídia, especialmente na espontânea, por conta de sua credibilidade junto à imprensa, de suas ações em prol da qualificação da assistência em saúde e da defesa do exercício ético da profissão.

Para se ter uma ideia do grau de exposição em 2021 foram 91 participações em reportagens e entrevistas nas mídias eletrônica, impressa e sites de notícias, perfazendo cerca de 7,5

presenças/mês nesses meios de comunicação. Praticamente 100% dessas participações se constituem em mídia espontânea, sendo avaliadas pela empresa de clipagem como matérias neutras ou positivas.

Boa parte da divulgação das ações de comunicação do Conselho se ancora na utilização de recursos de mídia próprios do CRM-MG (site, redes sociais, jornal) e, eventualmente, no desenvolvimento de estratégias publicitárias e de propaganda, que, em parceria com ações de imprensa e relações públicas, têm alcançado êxito no sentido de informar a sociedade e os médicos iniciativas e ações em benefício da sociedade e da classe médica. Entretanto, um dos grandes desafios a ser superado, é democratizar o acesso de toda a classe médica à informação emanada do CRM, especialmente nos rincões do interior do Estado.

As peças são reproduzidas em sites, redes sociais, mídia OOH, rádio e TV buscando atingir o maior público possível a partir do uso racional dos recursos disponíveis. Para tanto, busca-se integrá-las dentro de um plano estratégico de comunicação amplo, onde o investimento em publicidade conta com o suporte de ações simultâneas nas mídias espontâneas sempre em sintonia como temas de campanha.

Além dessas plataformas, o CRM-MG conta com os espaços internos oficiais (Jornal do CRM-MG), site, redes sociais (Instagram, Facebook, YouTube e Telegram) e serviço de e-mail marketing para dar vazão aos conteúdos relacionados, capazes de atingir os mais de 90 mil médicos registrados neste Conselho, bem como todos os profissionais e cidadãos que acompanham a presença do Conselho nas redes sociais.

Observamos, entretanto, a necessidade de estreitar o relacionamento do CRM-MG com os médicos inscritos, bem como dar maior visibilidade ao Conselho enquanto instituição que zela pela assistência qualificada à população.

Apesar da inexistência de estudos formais sobre a visão dos profissionais sobre a entidade, percebe-se que muitos médicos, especialmente os mais jovens, até 40 anos, não conseguem entender no CRM-MG um aliado para a superação dos problemas cotidianos para o exercício da profissão, ao mesmo tempo em que é percebido como corporativista por segmentos da sociedade.

Neste cenário, o desafio que se impõe é qualificar a imagem da instituição como engajada na defesa dos interesses coletivos na perspectiva do aperfeiçoamento da assistência e de uma prática médica ancorada em princípios como ética, justiça, solidariedade e competência.

PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO

A seguir, a partir da percepção de dificuldades percebidas pela autarquia delineiam-se os aspectos que compõem a problemática a ser resolvida pelos licitantes.

Se por um lado há a percepção de maior inserção do CRM-MG nos espaços midiáticos, por outro

se nota a necessidade de fortalecer a presença da instituição.

O número de médicos cresce cada vez mais, e é necessário que o CRM-MG se mostre como instituição representativa da categoria, que valoriza a ética, a boa medicina e o bom profissional.

É preciso mostrar que o CRM-MG evoluiu dentro de sua trajetória institucional, sem, contudo, desrespeitar os seus escopos legais. Os médicos precisam perceber no Conselho uma instituição parceira, capaz de lhe oferecer acesso a recursos importantes para a excelência de sua atividade (certificação e assinatura digital) e atualização científica da mais alta qualidade, além de representação política.

Objetiva-se, assim, formar um público interessado e comprometido com as atividades/ações promovidas pelo CRM-MG, ciente de seus limites/possibilidades e engajado em suas mobilizações.

Ao fim, a campanha de comunicação contribuirá para que o profissional médico passe a entender o CRM-MG como instituição parceira, que trabalha incondicionalmente em defesa da boa prática médica, dos bons profissionais e da assistência qualificada à população.

Conceito Geral

As licitantes deverão desenvolver Plano e Estratégia de Comunicação Publicitária, de caráter institucional, com um conceito geral que consiga contribuir para a melhora da percepção sobre o CRM-MG.

O foco principal deve ser sobre ações em mídias eletrônicas (rádio, TV) e mídia OOH (backbus, empenas, outdoors, painéis luminosos), devendo desenvolver uma linha secundária voltada para as mídias digitais.

A proposta deve ser construída de forma a tratar dos seguintes aspectos:

- 1) *Melhora da percepção de acolhimento dos médicos, oferecendo-lhes uma visão geral das vantagens corporativas, políticas, legais, éticas, educacionais e administrativas de contar com o suporte do CRM-MG;*
- 2) *Melhora do sentimento de “pertencimento” à instituição, privilegiando-se o entendimento de que se trata de uma autarquia engajada e atuante na defesa dos interesses da população médica e da sociedade em geral;*
- 3) *Estímulo ao reconhecimento de que o CRM-MG é uma instância legal, legítima e representativa, que se moderniza e dialoga com as necessidades dos novos médicos;*
- 4) *Aumento do conhecimento e da compreensão da extensa folha de serviços prestados pelo CRM-MG em prol da Medicina, da Saúde Pública, dos pacientes e dos profissionais médicos e o reconhecimento de suas posições junto as outras instâncias externas e políticas de controle e avaliação do setor público.*

Esse conceito geral (“ideia-força”), assim como seus desafios e objetivos, será utilizado no âmbito das ações de publicidade institucional e deve ser definido, de forma amplamente genérica, a partir da base conceitual. Esse conceito geral funcionará como “guarda-chuva” para esta campanha do CRM-MG e seus desdobramentos. As licitantes deverão descrever detalhadamente, como esse conceito geral poderá ser massificado na condução de um esforço publicitário deste tipo, o qual deve ser pertinente às atividades do CRM-MG e à sua imagem institucional.

Execução Criativa

Esta campanha deve se enquadrar no conceito de publicidade institucional, pautando-se pelo princípio da impessoalidade, tendo a mensagem caráter educativo, informativo e de orientação social, sendo proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos. Deve privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais e observar aspectos de acessibilidade a pessoas com necessidades especiais.

Assim sendo, a mensagem deve ter caráter claramente informativo-educativo, ressaltando a instituição, sua comunicação com os públicos-alvo e os comandos claros para uma nova percepção que, pelo que se espera, a população em tela adotará. A campanha poderá utilizar variados tipos de meios de comunicação (eletrônicos, digitais, impressos e alternativos) em modalidades de massa, especializada e/ou dirigida. Poderão ser propostas mais de uma peça para cada meio, se a linha criativa assim o exigir.

Públicos-alvo

A campanha tem como público-alvo os mais de 90 mil médicos de Minas Gerais. Poderão ser utilizados para compreender o perfil deste segmento profissional pesquisas, estudos, reportagens, artigos, entre outras fontes.

Dentre outros, sugerimos a leitura de capítulos da última edição da Demografia Médica, o qual oferece amplo repertório capaz de responder a questões que se relacionem ao perfil médicos. No caso, há informações que apontam como este segmento se declara com respeito a jornada de trabalho, renda média, sobrecarga de atividades, comprometimento com os setores público e privado, entre outros aspectos.

Abrangência

A campanha deverá ter abrangência estadual, alcançando todas as delegacias regionais, e prever desdobramentos em parceria com outras entidades médicas e afins, por meio de estratégias de multiplicação da mensagem e reprodução de peças que possam ser realizadas sem onerar o CRM-MG.

Duração da campanha

A campanha terá 30 (trinta) dias de duração e deverá ser veiculada entre 15 de outubro e 15 de novembro de 2023.

Verba referencial para investimento

No cálculo da alocação dos valores para a produção, veiculação, exposição e ou distribuição da campanha, a licitante utilizará como referencial a verba de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais).

Recursos próprios de comunicação

O CRM-MG possui alguns veículos e canais de comunicação, que poderão ser considerados na elaboração das campanhas. Os meios atualmente em uso no CRM-MG estão listados abaixo e podem ser usados em caso de campanha publicitária aprovada pela entidade. Para ter acesso a cada um deles basta acessar o site do CRM-MG (www.CRM-MG.org.br ou www.portalmedico.org.br).

Site do CRM-MG – É atualmente o principal canal de comunicação do CRM-MG com a sociedade e com a comunidade médica. Em sua interface, estão disponibilizadas informações institucionais, serviços aos médicos e à população e acesso à legislação, entre outros pontos.

Jornal do CRM-MG – Veículo de periodicidade mensal, com 20 páginas e tiragem de 65 mil exemplares (formato tabloide). Trata-se de informativo com notícias relacionadas ao CRM-MG e temas de interesse. Propõe-se a dar ao médico uma visão geral das atividades realizadas no período dos 30 dias que antecedem sua publicação. Valoriza os textos as reportagens informativas e as entrevistas. Tem apenas dois espaços de opinião: o editorial, assinado pela presidente do CRM-MG, e um artigo, assinado por um dos conselheiros. O jornal é disponibilizado no site do CRM-MG e é encaminhado pelos Correios para o endereço de cada médico registrado neste Conselho.

Redes sociais – Atualmente o CRM-MG mantém perfis nas redes sociais Instagram (14,2 mil seguidores), Facebook (1,9 mil seguidores), YouTube (285 inscritos) e Telegram (130 seguidores).

Orientações gerais

A seguir elencamos algumas abordagens que devem ser utilizadas no desenvolvimento das peças:

Imagem do CRM-MG – A autarquia deve ser apresentada como uma estrutura legítima e representativa, com forte atuação institucional, preocupada em defender os interesses da sociedade e da categoria a qual está vinculada. Também deve ser vista como uma instituição que busca estar atenta aos desafios contemporâneos e interessada em oferecer respostas rápidas, eficazes e eficientes.

Logomarca do Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais - CRM-MG – em todas as peças

Imagem do médico – As peças de comunicação devem valorizar, nas imagens e texto, o papel do médico como agente de qualificação da assistência em saúde sempre em interação positiva com os representantes da comunidade (pacientes e familiares) e preocupado com o ético exercício da profissão.

Imagem do paciente e sigilo do ato médico – As imagens adotadas não devem reproduzir atendimentos reais, devendo ser meramente ilustrativas, inclusive com essa menção na forma de crédito nas peças. Mesmo sendo simulacros da realidade, devem prezar por elementos importantes, como critérios de sigilo e anonimato do paciente, que não pode ser identificado em qualquer situação mesmo com sua autorização expressa.

Perfil de étnico – As peças publicitárias devem expressar a diversidade da população brasileira, que deve estar representada de alguma forma na campanha (ainda que não necessariamente na mesma imagem), levando-se em conta aspectos de gênero, etnia, idade ou nível socioeconômico. A apresentação de todos deve ser feita de forma positiva e inclusiva.

Linha criativa – as mensagens devem ser positivas, elevando a autoestima do público prioritário das mensagens e comprometendo-os com posturas favoráveis ao exercício da boa medicina e à qualidade da assistência.

*Modelos e atores – atores e modelos representando os profissionais e usuários podem ser utilizados para fins de layout e *storyboard*. Em todos os casos, deve ser observada a diversidade étnica e cultural do povo brasileiro.*

Imagens de crianças – fotos, filmes e ilustrações que retratem crianças devem exibi-las em atividades recreativas ou educativas monitoradas por adultos.

Vetos - não deverão ser utilizados elementos de linguagem (verbais ou imagéticos) que possam associar a Medicina como atividade mercantilista, corporativa ou não comprometida com o bem-estar social.

DOCUMENTOS DE REFÊRENCIA

Para tirar dúvidas e conhecer sobre as atividades do CRM-MG, dispomos abaixo de links de páginas que podem ser úteis na elaboração desta campanha:

Lei 3.268/57 - http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l3268.htm

Regimento Interno do CRM-MG - https://www.crmmg.org.br/wp-content/uploads/2020/07/regimento_interno_resolucao-rp-crmmg-334-2011.pdf

Código de Ética Médica - <https://sistemas.cfm.org.br/normas/visualizar/resolucoes/BR/2018/2217>

Demografia Médica 2018 -

<http://www.flip3d.com.br/web/pub/cfm/index10/?numero=15&edicao=4278>

Site do CRM-MG – <https://www.crmmg.org.br/>

Jornal do CRM-MG: <http://www.flip3d.com.br/pub/crmmg/?numero=77&edicao=5346#page/1>

Instagram: <https://www.instagram.com/crmmg/>

Facebook: <https://pt-br.facebook.com/conselhoregionaldemedicina.mg/>

YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCmT_DD2aGse_e98QVUal0dA

Manual de Publicidade Médica:

https://portal.cfm.org.br/publicidademedica/arquivos/cfm1974_11.pdf

ANEXO IV
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Concorrência nº XX/2023.

Nome empresarial da licitante:CNPJ nº
.....Endereço, telefone e e-mail:

Validade da proposta: 60 (sessenta) dias, a partir da data de abertura do respectivo Invólucro.

1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº xxx/xxxx, promovida pelo Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais, seremos remunerados conforme abaixo:

- a) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais - SINAPRO/MG, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de% (..... por cento);
- b) Pelo desconto padrão previsto nas Normas-Padrão da atividade publicitária no percentual de 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia efetivamente gasto, que nos será pago pelos Veículos de Comunicação;
- c) Pelos honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos trabalhos de produção realizados por terceiros fornecedores sobre a criação intelectual da Agência;
- d) Pelos honorários de 5% (cinco por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento contratado.
- e) Declaramos que os tributos e todos os demais encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre os serviços por nós prestados em decorrência do contrato serão nossa inteira responsabilidade.
- f) O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc) incidentes sobre os serviços praticados e decorrentes do objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear do Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais esse título.
- g) Nossa Proposta de Preços atenderá todas as condições e requisitos constantes no item 7 deste Edital.

.....dede 2023
CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO

Observação: a proposta de preço deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante legal.

ANEXO V

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

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

- a)** Desconto a ser concedido ao Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais: % (_____ por cento);
- b)** Honorários, a serem cobrados do Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores: % (_____ por cento);
- c)** Honorários, a serem cobrados do Conselho Regional de Medicina do Estado de Minas Gerais, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: % (por cento).

....., de.....de 2023

(nome da licitante)

Representante legal

ANEXO VI

MODELO DE DECLARAÇÃO – ART. 27, V, DA LEI Nº 8.666/1993

Referência: **Concorrência CRM-MG nº 01 /2023**

....., inscrita no CNPJ sob o nº, por intermédio de seu representante legal, portador(a) da Carteira de Identidade nº, inscrito(a) no CPF sob o nº, **DECLARA**, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.6.1993, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

[se for o caso acrescentar texto a seguir]

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

Local e data

Representante legal

ANEXO VII

Declaração de Elaboração Independente de Proposta.

DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

(Identificação da Licitação)

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído de (Identificação completa da licitante) doravante denominado (Licitante), para fins do disposto no item (completar) do Edital (completar com identificação do edital), declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- (a) a proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) foi elaborada de maneira independente (pelo Licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação), por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- (b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da (identificação da licitação) não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação), por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- (c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação) quanto a participar ou não da referida licitação;
- (d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação) antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- (e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante de (órgão licitante) antes da abertura oficial das propostas; e
- (f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

_____, em de _____ de _____

(representante legal do licitante/ consórcio, no âmbito da licitação, com identificação completa).

ANEXO VIII

Formulário de Dados para Assinatura de Eventual de Contrato

Passamos a informar abaixo, os dados para elaboração de eventual contrato, com esta Empresa:

DA AGÊNCIA:

Nome Completo	
Endereço	
Filial em Belo Horizonte ou Representante	
CNPJ (Número)	
Inscrição Estadual (Número)	
Telefone (Número)	
E-Mail	

DO RESPONSÁVEL PELA ASSINATURA DO CONTRATO:

Nome	
Nacionalidade	
Naturalidade	
Estado Civil	
Profissão	
Residência e Domicílio	
Telefone(s) para Contato	
Carteira de Identidade (Nº, Órgão Expedidor, Data)	
CPF	

ANEXO IX

MINUTA DE CONTRATO

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO CRM-MG Nº 00x/2023 CONCORRÊNCIA

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE ENTRE SI CELEBRAM O CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS E AGÊNCIA XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, NA FORMA ABAIXO:

O **CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS (CRM-MG)**, por intermédio de seu representante legal, consoante delegação de competência conferida pela Lei n.º 3.268/57, neste ato representado por sua presidente, **Ivana Raimunda de Menezes Melo**, brasileira, casada, médica, portadora da Carteira de Identidade n.º , CPF n.º , doravante denominado **CONTRATANTE**, e a agência **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, inscrita no CNPJ sob o n.º **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, com sede **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, neste ato, representada **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, RG **XXXXXXXXXX**, inscrito no CPF n.º **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, residente e domiciliado **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, e, daqui por diante, denominada **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente Contrato, com fulcro na Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, mediante as cláusulas e condições seguintes:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1 Contrato para a prestação de **SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, compreendendo o estudo, o planejamento, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e outros meios de divulgação, nos termos do artigo 2º, caput, da Lei 12232/2010.

1.1.1 Incluem-se, na presente contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas

as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

- b)** à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c)** à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.1.1. Para os fins deste contrato, é vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

1.1.1.2. Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

1.1.2 A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 1.1, nos termos do art. 72 da Lei nº 8.666/93.

1.1.3 A CONTRATADA atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

a) Fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais previstos na alínea **a** e para a execução dos serviços conexos e complementares previstos nas alíneas **b** e **c** todas do subitem 1.1.

b) Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

1.2 A contratada atuará de acordo com a solicitação do contratante e terá exclusividade em relação aos serviços previstos no item 1.1.

2 – CLÁUSULA SEGUNDA – DOS DOCUMENTOS INTEGRANTES DO CONTRATO

2.1 Constituem parte integrante do contrato os seguintes documentos, cujo teor as partes declaram ter pleno conhecimento:

- a)** Edital de Concorrência – nº **01/2023**;
- b)** Termo de Referência;
- c)** Propostas e documentos que integram o processo, firmados pela CONTRATADA;
- d)** Planilha de preços.

2.2 – Em caso de divergência entre os documentos integrantes e o contrato, prevalecerá este último.

2.3 – Os documentos supracitados são considerados suficientes para, em complemento deste contrato, definir a sua intenção e reger a execução adequada do objeto contratado dentro dos mais altos padrões da técnica atual.

2.4 – Em caso de dúvidas da CONTRATADA na execução deste contrato, estas devem ser dirimidas pelo CONTRATANTE, de acordo com o que consta neste edital e anexos.

2.5 – O presente contrato poderá ser objeto de aditamento, mediante instrumento específico, que importe em alteração de qualquer condição contratual, desde que sejam assinados por representantes legais das partes, observando os limites e as formalidades legais.

3 – CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA

3.1 – O prazo de vigência do presente contrato será fixado a partir da data da sua assinatura e terá duração de 12 (doze) meses a partir da assinatura do contrato.

3.1.2 – O prazo previsto no *caput* desta cláusula poderá ser prorrogado na ocorrência de quaisquer das hipóteses descritas nos incisos I a IV do parágrafo primeiro do artigo 57 da Lei nº 8.666/93, desde que seja apresentada justificativa, por escrito, até o 10º (décimo) dia útil anterior ao termo final do prazo pactuado.

3.2 – Quando da prorrogação contratual, o contratante realizará negociação para redução/eliminação dos custos fixos ou variáveis não renováveis que já tenham sido amortizados ou pagos no primeiro ano da contratação, sob pena de não renovação do contrato.

4 – CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

41 Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2023 estão consignados no Orçamento do CRM-MG, dentro do subitem ações de Comunicação.

42 Se o CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

43 O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

44 No exercício de 2023, as despesas correrão à conta da **dotação orçamentária nº 6.2.2.1.1.33.90.39.043**

5 – CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

5.1.1 Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE, observada à restrição prevista.

5.1.3 Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em Belo Horizonte/MG, onde, para esse fim, manterá escritório. A seu critério, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários desde que garantidos as condições previamente acordadas.

5.1.3.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de trinta dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Belo Horizonte – MG estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais no quadro da agência:

- 01 (um) profissional na área de atendimento;
- 01 (um) profissional na área de planejamento;
- 02 (dois) profissionais na área de criação;
- 02 (dois) profissionais nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação;
- 01 (um) profissional na área de mídia.

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

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.5.1 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos itens **8.2** e **8.3**, da Cláusula Oitava, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos

pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE.

5.1.7 Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as disposições a seguir.

5.1.7.1 Devem ser apresentadas, no mínimo, três propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários.

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

5.1.7.3 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei 12.232/10.

5.1.7.3.1 - O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem anterior exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

5.1.7.3.2 - O contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

5.1.7.3.3 - O fornecimento de bens ou 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 nº 8.666/93, alterada pelo Decreto 9412/2018, está dispensado do procedimento previsto no subitem anterior.

5.1.7.4 Se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

5.1.7.5 O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de fornecedores em relação aos do mercado.

5.1.8 Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.9 Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

5.1.9.1 Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o CONTRATANTE.

5.1.9.2 A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a CONTRATADA ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar ao CONTRATANTE esse vínculo e obter sua aprovação.

5.1.10 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para este:

- a) TV e Cinema: uma cópia em *Betacam*, uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;
- b) Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
- c) Rádio: uma cópia em CD, com arquivo áudio e mp3;
- d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada.

5.1.10.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de uma cópia em *Betacam* com a peça de TV.

5.1.11 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo CONTRATANTE.

5.1.11.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no item 5.1.10.

5.1.12 Entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.

5.1.13 Registrar em Relatórios de Atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.13.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE até o prazo máximo de dois dias úteis após a realização do contato.

5.1.13.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.14 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratada.

5.1.15 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

5.1.16 Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.17 Não manter, na vigência deste contrato, nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de empresa concorrente do CONTRATANTE.

5.1.18 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.19 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.

5.1.20 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.21 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de fornecedores contratados.

5.1.22 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.23 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.1.24 Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.25 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.

5.1.26 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.

5.1.26.1 A infração a este dispositivo implicará rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei n. 9.279, de 14.05.96, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.27 Responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.28 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE.

5.1.29 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.29.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar a data do efetivo pagamento.

5.1.30 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

6 – CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

6.1 Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

6.1.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

6.1.2 Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;

6.1.3 Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

6.1.4 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

6.1.5 Notificar, normal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

6.1.6 Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

7 – CLÁUSULA SÉTIMA – DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1 O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1 Serão gestores do contrato o servidor, **Sra. Maísa Pinheiro Alves da Silva (gestor titular)** e o **Sr. Edson Braz Carvalho Cruz (gestor substituto)**, que terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução e entrega dos serviços contratados.

7.1.1.1 Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá aos gestores verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da subcontratação e aos honorários devidos à CONTRATADA.

7.1.1.2 Constituirá responsabilidade exclusiva dos gestores, verificar e adotar as providências que se fizerem necessárias junto à Contratada, quanto à adequação dos preços das contratações aos praticados no mercado.

7.2 A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

7.3 A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

7.4 A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.

7.5 A CONTRATADA adotarás providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de

veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, nos prazos estipulados pela fiscalização e sem ônus para o CRMMG.

7.6 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.7 A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.8 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.9 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

7.10 Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.11 O CONTRATANTE realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

7.11.1 A avaliação semestral será considerada pelo CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhorem a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.11.2 Os gestores do contrato ficarão incumbidos de proceder à Avaliação de Desempenho da Contratada, cujo relatório de avaliação deverá ser submetido à aprovação da diretoria do CRM-MG, o qual, se aprovado, servirá de parâmetro para as prorrogações contratuais.

8 – CLÁUSULA OITAVA – DA REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

8.1.1 Honorários de % (..... por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que

trata o item 9.1, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA.

8.1.1.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.2 Honorários de % (..... por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários.

8.1.2.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, ele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.3 Desconto de% (..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA.

8.1.3.1 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.3.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, conforme previsto no item 8.1.3, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, será de 50% (cinquenta por cento) o percentual máximo a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de que trata o item 10.2.1. Para reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

8.2.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IPCA/IBGE, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

8.3 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

8.3.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IPCA/IBGE, desde que decorrido pelo

menos um ano da cessão original dos direitos.

84 A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

85 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.

8.5.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

8.6 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.7 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

9 – CLÁUSULA NONA – DO DESCONTO DA AGÊNCIA

9.1 A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

9.2 Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto no item 11.1, a CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE, sob a forma de desconto, 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

10 – CLÁUSULA DÉCIMA – DOS DIREITOS AUTORAIS

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

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos.

10.1.3 A juízo do CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, realizar acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo CONTRATANTE.

1021 A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pelo CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos itens 10.2.1.1, 10.2.2 e 10.2.3.

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo% (..... por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

1022 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo% (.... por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

1023 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos itens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4 A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos.

10.5 A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

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

10.5.2 A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

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

10.6 O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente ao CONTRATANTE.

11 – CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

11.1 Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos de uma via da Nota Fiscal-Fatura ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal, e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, salvo em casos prévia e expressamente autorizados pelo CONTRATANTE, mediante crédito na conta corrente nº..... mantida pela CONTRATADA junto à agência, do Banco, da seguinte forma:

11.1.1 Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, conforme item 11.2.2, em até trinta dias após o mês de veiculação;

11.1.2 Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

11.1.3 Outros serviços realizados por fornecedores: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados com o CONTRATANTE por ocasião da solicitação de cada serviço.

11.2 Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao contrato nº/2023 e a manifestação de aceitação do Fiscal do CONTRATANTE.

11.2.1 Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores.

11.2.2 No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

11.2.2.1 TV:

a) Nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de checagem emitido por empresa terceirizada;

b) Nas praças não cobertas por serviços de checagem:

b1) Comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação, nos termos da Medida Provisória nº 2.200-02/01, ou

b2) Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

b2.1) Como alternativa à declaração prevista na alínea b2, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração revista na alínea b2, em conjunto, contenham as informações previstas na alínea b2; b2.2) como alternativa ao procedimento previsto na alínea b2.1, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea b2, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea b2.

11.2.2.1.1 Será obrigatória a checagem no meio TV, a ser realizada por empresa independente, referente às inserções feitas nas praças e veículos cobertos pelo Monitor Ibope na data da publicação do edital que deu origem a este contrato.

11.2.2.1.2 A CONTRATADA poderá utilizar os serviços de outro fornecedor para realizar a checagem prevista no item 11.2.2.1.1.

11.2.2.2 Cinema e Rádio:

a) Comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação, nos termos da Medida Provisória nº 2.200-02/01, ou

b) Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

b.1) como alternativa à declaração prevista na alínea b, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista na alínea b, em conjunto, contenham as informações previstas na alínea b;

b.2) como alternativa ao procedimento previsto na alínea b.1, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea b, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea b.

11.2.2.3 Mídia Exterior: relatório de checagem com fotos, emitidos por empresas terceirizadas, ou fotos das peças, fornecidas pelas empresas exibidoras, com identificação do local de exibição, em ambos os casos.

11.2.2.4 Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.

11.2.2.5 Mídia impressa: exemplares originais dos títulos.

11.3 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA no SICAF, através de consulta on-line. Se a CONTRATADA não estiver cadastrada no SICAF, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.4 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.4.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.5 No caso de eventual falta de pagamento pelo CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA/IBGE.

11.5.1 O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.6 O CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

11.7 Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pelo CONTRATANTE.

11.7.1 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.8 A CONTRATADA deverá apresentar obrigatoriamente ao CONTRATANTE um relatório dos pagamentos efetuados aos fornecedores e veículos, contendo data, valor e comprovante do pagamento realizado.

11.8.1 O relatório deverá ser enviado no máximo em até 15 (quinze) dias após o Contratante efetuar o repasse à Contratada do valor do serviço prestado.

11.9 O CONTRATANTE efetuará retenção, na fonte, dos tributos e contribuições sobre todos os pagamentos à CONTRATADA, conforme dispõe o art. 64 da Lei nº 9.430, de 27.12.96.

12 – CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA GARANTIA

12.1 Para fiel garantia das obrigações estabelecidas neste instrumento, a licitante vencedora apresentará uma garantia correspondente a 5% do valor do total do valor mínimo de faturamento garantido, que deverá ser renovada anualmente, caso haja renovação contratual, escolhida a seu critério, entre as três modalidades a seguir:

- Na forma de fiança bancária, emitida por Instituição Bancária, válida durante a vigência contratual e com vencimento no prazo de 45 dias após a conclusão integral do contrato;
- Seguro garantia, com vencimento no prazo de 45 dias após a conclusão integral do contrato ou sua rescisão;

- Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

122 A ocorrência de rescisão unilateral do contrato por inexecução das cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos, a contratante poderá ressarcir-se dos prejuízos apurados, valendo-se do valor da garantia assinalada no item anterior pelo seu valor total; ou, se o prejuízo for maior, cobrar a diferença utilizando-se das medidas Judiciais pertinentes.

123 A garantia contratual será apresentada pela Contratada à Contratante, em até 10 (dez) dias corridos após a data de assinatura do contrato, sob pena de sofrer as sanções previstas na lei 8666/93 e no contrato.

124 A garantia deverá ser renovada a cada prorrogação efetivada no contrato e entregue à Contratante em até 10 (dez) dias corridos após a data de assinatura do Termo Aditivo de prorrogação do contrato, nos moldes do art. 56 da Lei nº 8.666/93.

125 A garantia prestada na modalidade Caução em dinheiro será liberada ao fim do contrato, comprovado o adimplemento das obrigações contratuais.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 - A multa, aplicada após regular processo administrativo, será descontada da garantia do respectivo contratado.

13.2 - Se a multa for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, a qual será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

13.3 - Pela inexecução total ou parcial do contrato o contratante poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções:

I - Advertência;

II - Multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato;

III - Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos

prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

13.4 - Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pelo contratante ou cobrada judicialmente.

13.5 - As sanções previstas nos subitens I, III e IV poderão ser aplicadas juntamente com o subitem II, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

13.6 - A sanção estabelecida no subitem IV deste artigo é de competência exclusiva da Presidente do CRM-MG facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação. (Vide art. 109 inciso III da Lei n. 8.666/93).

13.7 - As sanções previstas nos subitens III e IV poderão também ser aplicadas às empresas ou aos profissionais que, em razão dos contratos regidos por esta Lei:

I - Tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

II - Tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

III - Demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

13.8 O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará o contratado à multa de mora, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato.

13.9 A multa que se trata o item anterior não impede que o contratante rescinda unilateralmente o contrato e aplique as outras sanções previstas na Lei das Licitações (Lei n. 8.666/93).

13.10 A aplicação das penalidades será precedida da concessão da oportunidade de ampla defesa por parte do adjudicatário, na forma da lei.

14 - CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA RESCISÃO

14.1 Constituem motivos incondicionais para a rescisão do contrato as situações previstas nos artigos 77 e 78, na forma do artigo 79, inclusive com as consequências do artigo 80 da Lei nº 8.666/93:

a) O não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações ou prazos;

b) O cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações ou prazos;

- c) A lentidão no cumprimento do contrato, levando a CONTRATANTE a concluir pela impossibilidade da prestação do serviço no prazo estipulado;
- d) O atraso injustificado no início do fornecimento dos equipamentos;
- e) A paralisação do fornecimento sem justa causa ou prévia comunicação ao CONTRATANTE;
- f) A subcontratação total ou parcial do objeto, associação da CONTRATADA com outrem, a cessão ou transferência total ou parcial das obrigações contraídas, bem como a fusão, cisão ou incorporação da CONTRATADA que afetem a boa execução do contrato, sem prévio conhecimento e autorização da CONTRATANTE;
- g) O desatendimento das determinações regulares da Fiscalização, assim como a de seus superiores;
- h) O cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas em registro próprio, pelo representante do CONTRATANTE designado para acompanhamento e fiscalização do contrato;
- i) A decretação da falência da CONTRATADA;
- j) A dissolução da CONTRATADA;
- k) Razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa da CONTRATANTE, e exaradas no processo administrativo a que se refere este contrato;
- l) A suspensão de sua execução, por ordem escrita da Administração, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo no caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenizações pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado à CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;
- m) O atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela CONTRATANTE decorrentes do fornecimento efetuado, salvo no caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurada à CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;
- n) A ocorrência de caso fortuito ou força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução deste contrato.

142 A rescisão do contrato poderá ser precedida ou não de suspensão da execução do seu objeto, mediante

decisão fundamentada que a justifique, poderá ser:

- a) Determinado por ato unilateral e escrito do CONTRATANTE, observado o disposto no artigo 109, Inciso I, letra “e”, da Lei de Licitações. Amigável, por acordo entre as partes, formalizado a intenção com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, desde que haja conveniência para a CONTRATANTE,
- b) Judicial, nos termos da legislação vigente.

143 A rescisão do contrato obedecerá ao que preceituam os artigos 79 e 80 da Lei de Licitações.

15 - CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA PROTEÇÃO E TRANSMISSÃO DE INFORMAÇÃO, DADOS PESSOAIS E/OU BASE DE DADOS

O(A) CONTRATADO(A) obriga-se ao dever de proteção, confidencialidade e sigilo de toda informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso, inclusive em razão de licenciamento ou da operação dos programas/sistemas, nos termos da Lei nº13.709/2018, suas alterações e regulamentações posteriores, durante o cumprimento do objeto contratual.

15.1 O CONTRATANTE compartilhará com o(a) CONTRATADO(A) apenas os dados pessoais indispensáveis ao cumprimento das finalidades contratuais, cabendo ao (à) CONTRATADO(A) a responsabilidade em caso de tratamento excessivo decorrente da exigência de dados desnecessários.

15.2 O(A) CONTRATADO(A) obriga-se a implementar medidas técnicas e administrativas suficientes e necessárias à segurança, à proteção, à confidencialidade e ao sigilo de toda informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso a fim de evitar acessos não autorizados, acidentes, vazamentos acidentais ou ilícitos que causem destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer outra forma de tratamento não previstos.

15.3 O(A) CONTRATADO(A) deve assegurar-se de que todos os seus colaboradores, consultores e/ou prestadores de serviços que, no exercício das suas atividades, tenham acesso e/ou conhecimento de informação e/ou dados pessoais, respeitem o dever de proteção, confidencialidade e sigilo.

15.4.O(A) CONTRATADO(A) não poderá utilizar-se de informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso para fins distintos do objeto deste instrumento.

15.5 O(A) CONTRATADO(A) não poderá disponibilizar e/ou transmitir a terceiros, sem prévia autorização escrita, informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso em razão da execução contratual.

15.5.1 O(A) CONTRATADO(A) obriga-se a fornecer informação, dados pessoais e/ou base de dados estritamente necessários quando da transmissão autorizada a terceiros durante o cumprimento deste contrato.

15.6 O(A) CONTRATADO(A) fica obrigado(a) a devolver, no prazo de 30 (trinta) dias a partir da extinção contratual, todos os documentos, registros e cópias que contenham informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha tido acesso durante a execução contratual, restando autorizada a conservação apenas nas hipóteses legalmente previstas.

15.6.1. AO(À) CONTRATADO(A) não será permitido deter cópias ou *backups* de informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha tido acesso durante a execução contratual.

15.6.1.1 O(A) CONTRATADO(A) deverá eliminar os dados pessoais a que tiver conhecimento ou posse em razão do cumprimento do objeto deste instrumento contratual tão logo não haja necessidade de realizar seu tratamento.

15.7 O(A) CONTRATADO(A) deverá notificar imediatamente o CONTRATANTE qualquer incidente de segurança que possa acarretar risco ou dano aos respectivos titulares.

15.7.1 A notificação não eximirá o(a) CONTRATADO(A) das obrigações e/ou sanções que possam incidir em razão do incidente.

15.7.2 O(A) CONTRATADO(A) que, durante ou após a execução contratual, descumprir os termos da Lei nº13.709/2018 e sua respectiva regulamentação ressarcirá os danos advindos dessa infração normativa, inclusive quanto a eventuais sanções aplicadas pela autoridade competente.

15.8 O(A) CONTRATADO(A) fica obrigado(a) a manter preposto para comunicação com o CONTRATANTE para os assuntos pertinentes à Lei nº13.709/2015.

15.9 O dever de sigilo e confidencialidade bem como as demais obrigações descritas na presente cláusula permanecerão em vigor após a extinção das relações entre o(a) CONTRATADO(A) e o CONTRATANTE, assim como entre o(a) CONTRATADO(A) e os seus colaboradores, subcontratados, consultores e/ou prestadores de serviços sob pena das sanções previstas na Lei nº 13.709/2018 e demais consectários legais.

16 - CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

16.2O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

16.3O presente contrato poderá ser denunciado pelo CONTRATANTE após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência, mediante aviso prévio à CONTRATADA, com antecedência mínima de sessenta dias, através de correspondência protocolizada ou por intermédio do Cartório de Registro de Títulos e Documentos.

16.4Constituem direitos e prerrogativas do CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

16.5São assegurados ao CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de defesa do Consumidor).

16.6A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avançado.

17 - CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA PUBLICAÇÃO

17.1 A eficácia do contrato fica condicionada à publicação resumida do instrumento pela Administração, na Imprensa Oficial, a ser providenciada pelo CONTRATANTE, nos termos do parágrafo único do artigo 61 da Lei nº 8.666/1993.

18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DO FORO E DOS CASOS OMISSOS

18.1 Fica eleito o Foro da Justiça Federal, em Belo Horizonte/MG, como competente para dirimir quaisquer dúvidas ou ações oriundas do presente contrato, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

18.2 Os casos omissos serão analisados pelos representantes legais das partes, com o intuito de solucionar os impasses, sem que haja prejuízo para nenhuma delas, tendo por base o que dispõe a Lei nº 8.666/1993, o Decreto-Lei nº 3.555/2000, a Lei nº 10.520/2002 e demais legislações aplicáveis.

E, por estarem assim ajustados e de acordo, as partes assinam o presente contrato em 02 (duas) vias de igual teor, para um só efeito, na presença de 02 (duas) testemunhas abaixo nomeadas.

Belo Horizonte, xx de xx de 2023.

CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE MINAS GERAIS
CONTRATANTE

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

Nome (RG)

Nome (RG)

ANEXO XI

DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Declaramos para os devidos fins que a empresa (nome e CNPJ da licitante), estabelecida à (endereço da licitante), fornece(u) executa(ou) para (nome e CNPJ da empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente), no período de/...../..... a/...../..... o(s) serviço(s) abaixo especificado(s), de forma adequada, atingindo plenamente os objetivos por nós desejados:

DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS:

_____.

....., de de xxxx

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DA EMPRESA EMITENTE
Nome e CPF do Representante legal

ANEXO XII

PLANILHAS – SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: _____

Avaliador 01, 02 ou 3: _Nome_____

Visto: _____

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)	
Atuação do CRM-MG nos contextos social, político, técnico e epidemiológico– De 0 a 2,0 pontos.	
As características da atuação do CRM-MG e a importância da comunicação para o alcance de suas metas - De 0 a 2 pontos.	
Desafio de comunicação exposto no Briefing - De 0 a 2 pontos.	
Objetivos de comunicação exposto no briefing - De 0 a 4 pontos.	
TOTAL	
Observações:	

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 25 pontos)	

A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação publicitária do CRM-MG e ao desafio de comunicação expresso no Briefing – De 0 a 7 pontos;	
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos - De 0 a 4 pontos.	
A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação publicitária do CRM-MG com seus públicos. - De 0 a 2 pontos.	
A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar; proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing - De 0 a 7 pontos.	
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta - De 0 a 3 pontos.	
A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária do CRM-MG, o desafio de comunicação expresso no Briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.- De 0 a 2 pontos.	
TOTAL	
Observações:	

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 25 pontos)	
A adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing - De 0 a 5 pontos.	
A adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA - De 0 a 3 pontos.	
Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo - De 0 a 1 ponto.	
A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta - De 0 a 2 pontos.	
A originalidade da combinação dos elementos que a constituem - De 0 a 3 pontos.	
A simplicidade da forma sob a qual se apresenta - De 0 a 2 pontos.	
Sua pertinência às atividades de comunicação publicitária do CRM-MG - De 0 a 3 pontos.	
Os desdobramentos comunicativos que ensejam, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados - De 0 a 3 pontos.	
A Exequibilidade das peças e ou do material - De 0 a 1 pontos.	

A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos - De 0 a 2 pontos.	
TOTAL	
Observações:	

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários - De 0 a 1 ponto.	
A capacidade analítica evidenciada no exame destes hábitos - De 0 a 1 ponto.	
A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores - De 0 a 3 pontos.	
Pertinência e oportunidade e economicidade demonstradas de no uso de recursos de comunicação próprios do CRM-MG – De 0 a 2 ponto	
A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material - De 0 a 1 pontos.	
A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa - De 0 a 2 pontos.	
TOTAL	
Observações:	

**PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

Campanha: _____

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)			
Atuação do CRM-MG nos contextos social, político, técnico e epidemiológico– De 0 a 2,0 pontos.			
As características da atuação do CRM-MG e a importância da comunicação para o alcance de suas metas - De 0 a 2 pontos.			
Desafio de comunicação exposto no Briefing - De 0 a 2 pontos.			
Objetivos de comunicação exposto no briefing - De 0 a 4 pontos.			
TOTAL DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 25 pontos)			
A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação publicitária do CRM-MG e ao desafio de comunicação expresso no Briefing – De 0 a 7 pontos;			
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos - De 0 a 4 pontos.			
A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação publicitária do CRM-MG com seus públicos. - De 0 a 2 pontos.			
A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar; proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing - De 0 a 7 pontos.			
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta - De 0 a 3 pontos.			
A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária do CRM-MG, o desafio de comunicação expresso no Briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.- De 0 a 2 pontos.			
TOTAL DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Ideia Criativa (Máximo 25 pontos)			
A adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing - De 0 a 5 pontos.			
A adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA - De 0 a 3 pontos.			
Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo - De 0 a 1 ponto.			
A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta - De 0 a 2 pontos.			
A originalidade da combinação dos elementos que a constituem - De 0 a 3 pontos.			
A simplicidade da forma sob a qual se apresenta - De 0 a 2 pontos.			
Sua pertinência às atividades de comunicação publicitária do CRM-MG - De 0 a 3 pontos.			
Os desdobramentos comunicativos que ensejam, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados - De 0 a 3 ponto.			
A Exequibilidade das peças e ou do material - De 0 a 1 pontos.			
A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos - De 0 a 2 pontos.			
PONTUAÇÃO DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)			
O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários - De 0 a 1 ponto.			
A capacidade analítica evidenciada no exame destes hábitos - De 0 a 1 ponto.			
A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores - De 0 a 3 pontos.			
Pertinência e oportunidade e economicidade demonstradas de no uso de recursos de comunicação próprios do CRM-MG – De 0 a 2 ponto			
A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material - De 0 a 1 pontos.			
A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa - De 0 a 2 pontos.			
PONTUAÇÃO DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			

NOTA TOTAL DA CAMPANHA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (NTPCP)	
---	--

Observações:

- 1) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010.
- 2) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 3) A nota total da campanha – Plano de Comunicação Publicitária (NTPCP) corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da AGÊNCIA: _____

Avaliador 01, 02 ou 03 _____

Visto: _____

QUESITO	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 10 pontos)	
O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado - De 0 a 1 ponto.	
A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias - De 0 a 3 pontos.	
A adequação das qualificações e das quantificações destes profissionais à estratégia de comunicação publicitária do CRM-MG - De 0 a 3 pontos.	
A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que a AGÊNCIA colocará à disposição da execução do contrato - De 0 a 1 ponto.	
A operacionalidade do relacionamento entre do CRM-MG e a AGÊNCIA, esquematizado na Proposta - De 0 a 1 ponto.	
A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a AGÊNCIA colocará regularmente à disposição do CRM-MG, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato - De 0 a 1 ponto.	
TOTAL	
Observações:	

QUESITO	PONTUAÇÃO
Repertório (Máximo 10 pontos)	
A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver – De 0 a 4 pontos.	
A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou do material – De 0 a 4 pontos.	
A clareza da exposição das informações prestadas – De 0 a 2 pontos.	

TOTAL	
Observações:	

QUESITO	PONTUAÇÃO
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Máximo 10 pontos)	
Evidência de Planejamento Publicitário – De 0 a 2 pontos.	
Consistência das reações de causa e efeito– De 0 a 3 pontos.	
Relevância dos resultados apresentados – De 0 a 3 pontos.	
Concatenação lógica da exposição – De 0 a 2 pontos	
TOTAL	
Observações:	

**PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE**

Identificação

da

AGÊNCIA:

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Capacidade de Atendimento (Máximo 10 pontos)			
O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado - De 0 a 1 ponto.			
A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias - De 0 a 3 pontos.			
A adequação das qualificações e das quantificações destes profissionais à estratégia de comunicação publicitária do CRM-MG - De 0 a 3 pontos.			
A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que a AGÊNCIA colocará à disposição da execução do contrato - De 0 a 1 ponto.			
A operacionalidade do relacionamento entre do CRM-MG e a AGÊNCIA, esquematizado na Proposta - De 0 a 1 ponto.			
A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a AGÊNCIA colocará regularmente à disposição do CRM-MG, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato - De 0 a 1 ponto.			
PONTUAÇÃO DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Repertório (Máximo 10 pontos)			
A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver – De 0 a 4 pontos.			
A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou do material – De 0 a 4 pontos.			

A clareza da exposição das informações prestadas – De 0 a 2 pontos.			
PONTUAÇÃO DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Máximo 10 pontos)			
Evidência de Planejamento Publicitário – De 0 a 2 pontos.			
Consistência das reações de causa e efeito– De 0 a 3 pontos.			
Relevância dos resultados apresentados – De 0 a 3 pontos.			
Concatenação lógica da exposição – De 0 a 2 pontos			
PONTUAÇÃO DO QUESITO			
NOTA MÉDIA DO QUESITO			

NOTA TOTAL DA AGÊNCIA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE (NTCIP)	
---	--

Observações:

- 1) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010.
- 2) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 3) A nota total da AGÊNCIA –Conjunto de Informações sobre a Proponente (NTCIP) corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.