



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO  
JEQUITINHONHA E MUCURI**

***DIVISÃO DE LICITAÇÕES***  
**Campus JK – BR 367, nº 5.000**  
**Diamantina - Minas Gerais – 39100-000**  
**(38) 3532 1260**



A empresa interessada na participação na Concorrência 002/2010, deverá preencher as informações solicitadas neste formulário, e remetê-lo para a UFVJM via e-mail [licita@ufvjm.edu.br](mailto:licita@ufvjm.edu.br) ou fax (38) 3532 1261.

**Ficam os licitantes obrigados a consultarem, periodicamente, o sítio da UFVJM, para conhecimento de eventuais alterações ou esclarecimentos referentes ao Edital.**

#### **TERMO DE RETIRADA DO EDITAL - CONCORRÊNCIA 002/2010**

**EMPRESA:** \_\_\_\_\_

**ENDEREÇO:** \_\_\_\_\_ -

\_\_\_\_\_

**CNPJ DA EMPRESA** \_\_\_\_\_

**RESPONSÁVEL PELA EMPRESA** \_\_\_\_\_

**TELEFONE:** \_\_\_\_\_ **FAX** \_\_\_\_\_

**E-MAIL:** \_\_\_\_\_

Diamantina, xx de xxxxxxx de 2010.

Assinatura do representante da empresa



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO  
JEQUITINHONHA E MUCURI**

***DIVISÃO DE LICITAÇÕES***  
**Campus JK – BR 367, nº 5.000**  
**Diamantina - Minas Gerais – 39100-000**  
**(38) 3532 1260**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI**

**EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 002/2010**

**PROCESSO Nº 23086.000431/2010-99**

**OBJETO:** Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, conforme Projeto Básico (Anexo I deste Edital).

**Anexos:** **ANEXO I:** Projeto Básico  
**ANEXO II:** Breafing  
**ANEXO III:** Planilha de Preços da Proposta  
**ANEXO III-A:** Planilha de Custos e Formação de Preços  
**ANEXO IV:** Minuta de Contrato  
**ANEXO V:** Modelo de Declaração de Elaboração Independente de Proposta  
**ANEXO VI:** Normas para apresentação do Plano de Comunicação Publicitária

## **ÍNDICE**

### **ITEM ASSUNTO**

- 1 DO OBJETO
- 2 DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO
- 3 DA REPRESENTAÇÃO
- 4 DA APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES
- 5 DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
- 6 DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS
- 7 DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
- 8 DO RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO
- 9 DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA
- 10 DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS E CLASSIFICAÇÃO FINAL
- 11 DA ADJUDICAÇÃO E DA HOMOLOGAÇÃO
- 12 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
- 13 DAS OBRIGAÇÕES DA LICITANTE ADJUDICATÁRIA
- 14 DAS OBRIGAÇÕES DA UFVJM
- 15 DOS RECURSOS
- 16 DO PAGAMENTO
- 17 DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
- 18 DA GARANTIA CONTRATUAL
- 19 DO CONTRATO E DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS
- 20 DA INEXECUÇÃO E DA RESCISÃO
- 21 DA ANULAÇÃO E REVOGAÇÃO DA LICITAÇÃO
- 22 DAS INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS
- 23 DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO  
JEQUITINHONHA E MUCURI

**DIVISÃO DE LICITAÇÕES**  
Campus JK – BR 367, nº 5.000  
Diamantina - Minas Gerais – 39100-000  
(38) 3532 1260



## CONCORRÊNCIA Nº 002/2010

**PROCESSO Nº 23086.000431/2010-59**

**Tipo de Licitação:** Técnica e Preço

**Data entrega envelopes proposta técnica e proposta de preços:** 07/10/2010

**Horário:** 09 horas (tolerância máxima de 10 minutos)

**Local:** Divisão de Licitações – Campus JK – BR 367, nº 5.000, Diamantina (MG).

**Data entrega envelopes de habilitação:** a ser definida pela Comissão de Licitação, após julgamento final das propostas e decurso do prazo recursal.

A União, por intermédio da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, mediante a Comissão Especial de Licitação designada pela Portaria nº 1278, de 23 de setembro de 2010, em conformidade com os termos do Processo nº 23086.000431/2010-59, torna público para conhecimento dos interessados que, na data, horário e local acima indicados, realizará licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço global, conforme descrito neste Edital e em seus respectivos Anexos.

O procedimento licitatório obedecerá, integralmente, à Lei nº 8.666/93, de 21 de junho de 1993, com suas alterações posteriores, os Decretos nº 93.872, de 23/12/86, nº 4.799, de 04/8/03, nº 2.272, de 07/7/97, nº 3.722, de 09/01/01, com as alterações do Decreto nº 4.485, de 25/11/02, a Instrução Normativa MARE nº 05, de 21/07/95, Lei 4.680, de 18/06/65, Lei 12.232, de 29/04/2010 e demais normas que regem a espécie, e as disposições deste Edital e seus Anexos.

No dia, hora e local, acima designados, se fará o recebimento dos envelopes relativos à Documentação das Propostas Técnicas e de Preços das Licitantes, **VEDADA A ENTREGA DOS ENVELOPES POR VIA POSTAL.**

### 1 - DO OBJETO

**1.1** Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, conforme Projeto Básico (Anexo I deste Edital).

### 2 - DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO

**2.1** Poderão participar desta licitação, os interessados que atenderem a todas as exigências, inclusive quanto à documentação, constantes deste Edital e seus Anexos, que detenham atividade pertinente e compatível com o objeto desta Concorrência.

**2.1.1** As Licitantes arcarão com todos os custos decorrentes da elaboração e apresentação de

suas propostas.

**2.1.2 Ficam os licitantes obrigados a apresentarem, no momento da abertura da sessão pública, Declaração de Elaboração Independente de Proposta, em cumprimento ao disposto na IN 02, de 16/09/2009, conforme anexo V. Aos licitantes que não se fizerem representar nas sessões, o referido documento deverá fazer parte da documentação constante do envelope de habilitação.**

**2.2** Não será admitida nesta licitação a participação direta ou indiretamente:

**2.2.1** de empresas em processo recuperação judicial ou falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação;

**2.2.2** de empresas que estejam com o direito de licitar e contratar com a UFVJM, suspenso, ou que por esta tenham sido declaradas inidôneas;

**2.2.3** de empresas cujos diretores, responsáveis legais ou técnicos, membros de conselho técnico, consultivo, deliberativo ou administrativo ou sócios, que pertençam, ainda que parcialmente, a empresa do mesmo grupo que esteja participando desta licitação;

**2.2.4** de empresas inadimplentes com a União ou cujo(s) diretor(es) tenha(m) participado de outra empresa que, também, se tornou inadimplente perante a União;

**2.2.5** de empresas que se apresentem sob a forma de cooperativas, qualquer que seja a modalidade de constituição; e

**2.2.6** de empresas estrangeiras que não funcionem no País;

**2.2.7** de servidores ou dirigentes da UFVJM.

**2.3** Admitir-se-á a participação de pessoas jurídicas isoladas ou reunidas em consórcio, sendo vedado a um consorciado também concorrer, na mesma licitação, isoladamente ou por intermédio de outro consórcio.

**2.4** Para a participação de consórcio de empresas deverá ser observado o que se segue:

**2.4.1** Deverá ser apresentada prova do compromisso de constituição do consórcio, mediante documento público ou particular de constituição, subscrito por todos os consorciados, contendo: a) indicação precisa da empresa responsável pelo consórcio que deverá atender às condições de liderança; b) declaração de responsabilidade solidária dos integrantes pelos atos praticados em consórcio, tanto na fase de licitação quanto na de execução do contrato; c) indicação da participação financeira de cada consorciado.

**2.4.2** Para a habilitação na presente concorrência, deverá ser apresentado, por cada consorciado, o rol de documentos contidos no item 7 deste Edital.

**2.4.2.1** Para fins de qualificação técnica, será considerado o somatório dos quantitativos de cada consorciado.

**2.4.2.2** Para fins de qualificação econômico-financeira, será considerado o somatório dos valores de cada consorciado, na proporção de sua respectiva participação.

**2.4.3** Em ocorrendo consórcio de empresas brasileiras e estrangeiras, a liderança caberá, obrigatoriamente, à empresa brasileira.

**2.4.4** As Licitantes vencedoras do certame ficam obrigadas a promover, para a assinatura do Contrato, a constituição e o registro do consórcio, nos termos do compromisso referido no subitem 2.4.1 deste Edital.

### 3 - DA REPRESENTAÇÃO

- 3.1** Qualquer manifestação, em relação à presente licitação, fica condicionada à apresentação, pelo representante da Licitante, de documento de identificação e Instrumento Público de Procuração ou Instrumento Particular com firma reconhecida; em sendo sócio dirigente, proprietário ou assemelhado deverá ser apresentada cópia do Contrato Social e documento de identidade.
- 3.2** Apenas uma pessoa poderá representar cada Licitante, não sendo admitido, de igual forma, que mais de uma empresa indique um mesmo representante.
- 3.2.1** Fica assegurado às Licitantes, a qualquer tempo e mediante juntada dos documentos previstos no item 3.1, a indicação ou substituição de seu representante legal junto à Comissão Especial de Licitação.
- 3.3** A não apresentação ou incorreção/invalidade dos documentos de que trata o subitem 3.1 não inabilitará a licitante, mas impedirá o seu representante legal de se manifestar ou de responder pela empresa Licitante perante a Comissão Especial de Licitação.

### 4 - DA APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

- 4.1** No dia definido no Preâmbulo do Edital cada Licitante deverá entregar 4 (quatro) envelopes, devidamente fechados e indevassados, contendo, respectivamente, a documentação da Proposta Técnica (envelope 01) e da Proposta de Preços (envelope 02), com os seguintes dizeres na parte externa e frontal do envelope:

**Envelope nº 1 - APRESENTAR EM 03 (TRÊS) INVÓLUCROS:**  
01 (UM) NÃO IDENTIFICADO PARA O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA  
01 (UM) IDENTIFICADO PARA O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA  
01 (UM) IDENTIFICADO PARA AS DEMAIS INFORMAÇÕES DA PROPOSTA TÉCNICA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA Nº 002/2010  
PROPOSTA TÉCNICA

**Envelope nº 2 - APRESENTAR EM 1 (UM) INVÓLUCRO:**  
IDENTIFICADO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA Nº 002/2010  
PROPOSTA DE PREÇOS

- 4.2** A UFVJM fornecerá o envelope para a via não identificada do plano de comunicação publicitária.
- 4.3** Na data definida pela Comissão de Licitação, os licitantes classificados no julgamento da proposta técnica e de preços, deverão entregar 01 (um) envelope devidamente fechado e indevassado, contendo os documentos da Habilitação ( envelope 03), com os seguintes dizeres na parte externa e frontal do envelope:

**Envelope nº 3 (APENAS PARA AS LICITANTES CLASSIFICADAS NO JULGAMENTO QUANDO SOLICITADO PELA COMISSÃO DE LICITAÇÃO):**

**IDENTIFICADO**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA Nº 002/2010  
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**4.4** Não havendo, porventura, expediente na data marcada para abertura das propostas, fica a reunião adiada automaticamente para o primeiro dia útil subsequente, mantida a mesma hora e local, salvo disposição em contrário da Comissão Especial de Licitação.

## **5 - DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**5.1** A Proposta Técnica deverá ser apresentada em 03 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outros para as demais informações integrantes da proposta técnica.

**5.2** Todos os documentos constantes deste envelope deverão estar numerados seqüencialmente, da primeira à última folha, de modo a refletir o seu número exato.

**5.3** A inclusão de qualquer documento da PROPOSTA DE PREÇOS no envelope da PROPOSTA TÉCNICA, ou a aposição de elemento identificador, no envelope não identificado destinado ao plano de comunicação publicitária, acarretará a desclassificação da Licitante do certame.

**5.3** A proposta técnica consistirá dos seguintes requisitos:

**5.3.1** A Licitante deverá apresentar plano de comunicação publicitária elaborado em conformidade com as informações constantes do *briefing* (Anexo II do Edital) o qual conterá os seguintes elementos:

**a) Raciocínio Básico:** sob a forma de texto, usando no máximo 05 (cinco) páginas, em que a Licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da UFVJM, a sua compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios da comunicação a serem enfrentados;

**b) Estratégia de Comunicação:** sob a forma de texto, usando no máximo 05 (cinco) páginas, em que a Licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela UFVJM;

**c) Idéia Criativa:** sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

**d) Estratégia de Mídia e Não Mídia:** em que o 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 disponível indicada neste Edital, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação;

**5.3.1.1** A critério da UFVJM, o plano de comunicação da proposta vencedora poderá vir

a ser produzido e executado, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato a ser firmado.

5.3.2 O Licitante deverá apresentar ainda, os seguintes documentos, que integrarão o invólucro contendo o conjunto de informações do Licitante:

#### **5.3.2.1 Dos Registros:**

a) Registro na Associação Brasileira de Agências de Propaganda (ABAP) ou no Sindicato da classe no Estado ou cidade da sede da empresa, ou declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda (FENAPRO), caso não exista Sindicato de classe no Estado;

b) Currículos dos diretores e principais executivos técnicos da Agência, comprovando serem habilitados através de diplomas reconhecidos de nível superior nas áreas de Publicidade e Propaganda e/ou Jornalismo e/ou Relações Públicas e/ou Rádio e TV, bem como a apresentação das equipes de atendimento, criação, produção gráfica e RTVC (rádio, televisão e jornal)

#### **5.3.2.2 Dos Profissionais:**

A Licitante deverá apresentar currículos dos profissionais qualificados comprovando que possui pessoal em número suficiente para desenvolverem as atividades objeto desta licitação, os quais deverão possuir o perfil descrito abaixo:

- a) **Publicitário:** Profissional formado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda e/ou especialização em alguma área de Comunicação ou Marketing, com, no mínimo, cinco anos de atuação comprovada na área, com experiência em coordenação de assessoria de comunicação de grande porte, especialmente no setor público, e em agências, tendo atuado como Coordenador de Campanhas Publicitárias. Esse profissional precisa ter habilidade para elaboração de projetos, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, gerenciar campanhas e executar ações de planejamento de comunicação.
- b) **Profissional de Criação:** Profissional com formação na área de Comunicação e/ou áreas correlatas, com, no mínimo, quatro anos de experiência em criação de peças publicitárias para diferentes mídias, como TV, Rádio, Jornal, Revista, Internet, outdoors e empenas. Comprovação do conjunto de trabalhos realizados pelo profissional, através da apresentação de Portfólio, contendo no mínimo 10 e no máximo 12 peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em DVD e os spots e jingles em CDs.
- c) **Jornalista:** Profissional formado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, com, no mínimo, quatro anos de atuação comprovada na área, com passagem por veículos da imprensa nacional, com experiência em edição de texto, inclusive para Internet e Rádio/TV.

#### **5.3.2.3 Capacidade de atendimento:**

- a) Apresentar comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidade e prazos com o objeto deste projeto mediante apresentação de **duas** declarações de experiência anterior fornecidas por dois clientes que tenham sido ou estejam sendo atendidos pela Agência. Além de três veículos de comunicação, sendo um de televisão, um de rádio e um de jornal ou revista, contendo informações quanto ao desempenho da Agência nas relações com os veículos declarantes;
- b) Apresentar uma declaração da própria Agência indicando instalações, aparelhamento

e pessoal técnico adequados e disponíveis para a realização do objeto deste projeto, bem como uma relação contendo nome e qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos;

- c) Apresentar o *Portfólio* (conjunto de trabalhos realizados pela Agência), contendo no mínimo 10 e no máximo 12 peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em DVD e os *spots* e *jingles* em CDs.
- d) Apresentar Relação de Clientes e suas respectivas áreas de atuação no mercado, atendidos nos últimos 24 meses, e respectivos produtos e data do início do atendimento e do término do atendimento.

5.4 A empresa que não apresentar sua proposta desta forma não deverá ter o item avaliado na Licitação.

## 6 - DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

6.1 A Proposta de Preços deverá ser redigida em língua portuguesa, datilografada ou digitada, apresentada no local, dia e hora determinados neste Edital, na forma definida no item 4.1.

6.2 Os documentos da Proposta de Preços, emitido em papel que identifique a Licitante, deverão ser, de preferência, enumerados seqüencialmente, a fim de permitir maior agilidade no seu manuseio durante a conferência e o exame correspondente.

6.3 A Proposta de Preços deverá ser apresentada de forma clara e detalhada e estar de acordo com as exigências constantes deste Edital e seus Anexos.

6.4 A Proposta de Preços deve ser rubricada em todas as folhas, carimbadas e assinadas na última, pelo titular ou representante legal, sem rasuras, emendas ou ressalvas e conter necessariamente:

- a) apresentação da Planilha de Preços, na forma do Anexo III, item 1, para cada uma das categorias mencionadas no Projeto Básico - Anexo I do Edital;
- b) apresentação da Planilha de Custos e Formação de Preço, na forma do Anexo III-A, para cada uma das categorias mencionadas no Projeto Básico – Anexo I do Edital;
- c) indicação do percentual de honorários a serem cobrados nas sub-contratações para execução dos serviços descritos nos itens 1.1.1 a 1.1.24 do Anexo I (Projeto Básico), ambos com a estimativa de custo expressa numericamente e por extenso, em moeda corrente nacional, na forma do Anexo III, item 2. Este percentual **não poderá exceder** ao limite de 10% (dez por cento);

6.5 Nos casos de divergências entre os valores numéricos e suas equivalentes expressões literais por extenso, prevalecerão os valores expressos por extenso.

6.6 O preço cotado deverá incluir, discriminadamente, todas e quaisquer despesas, tais como: tributos, frete, transporte, seguro e demais despesas que incidam ou venham a incidir, direta, ou indiretamente, na prestação dos serviços objeto desta Concorrência.

6.7 A Licitante deverá indicar a Razão Social, CNPJ/MF, nome do Banco, Agência, localidade e o número da conta corrente da Licitante, para a qual deverá ser emitida a Ordem Bancária.



**6.8** É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fator sigiloso, secreto ou reservado, que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as Licitantes.

**6.9** Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, inclusive financiamentos subsidiados ou a fundo perdido, nem preço ou vantagens baseadas nas ofertas das demais Licitantes.

**6.10** As Licitantes deverão formalizar suas propostas levando em consideração que, para cada categoria/perfil profissional, os valores para remuneração deverão obedecer ao estabelecido na legislação, ficando, desde já admitidos pela UFVJM os seguintes limites globais para a prestação dos serviços:

**6.10.1** até R\$ 194.580,00 (cento e noventa e quatro mil, quinhentos e oitenta reais) como teto máximo para pagamento de pessoal para o atendimento das demandas da UFVJM; e

**6.10.2** valor estimado de R\$ 21.703,00 (vinte um mil, setecentos e três reais) para a realização dos serviços, entre os descritos no item 1 - Do Objeto, mediante a subcontratação de terceiros, conforme demanda da UFVJM, exceto despesa com pessoal.

**6.10.2.1** O valor acima destina-se à execução das campanhas de comunicação, assim como, o complemento dos esforços de comunicação, através da subcontratação de outras empresas especializadas em diversas áreas, mediante solicitação e autorização da UFVJM. Para todos estes serviços, a Licitante deverá fazer cotação de preços e apresentar, no mínimo, três propostas, obtidas entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

**6.10.2.2** A UFVJM se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade das verbas previstas.

**6.10.2.3** A UFVJM estabelece o percentual de 10% (dez por cento) como limite máximo de honorário a ser cobrado sobre os serviços descritos no item 6.10.2.1.

**6.10.3** O quantitativo de profissional por categoria, a serem destacados para prestação de serviços à UFVJM, é de responsabilidade da Licitante vencedora, considerando todos os serviços, objeto desta licitação.

## **7 - DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**7.1** Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas.

**7.2** Os documentos de habilitação exigidos deverão ser apresentados em uma única via, na forma definida no item 4.1.

**7.3** Para habilitação de empresas que participarão em forma de consórcio deverá ser apresentado o seguinte documento, além dos abaixo especificados:

- a) Prova do compromisso de constituição do consórcio, mediante documento público ou particular de constituição, subscrito por todos os consorciados, contendo: a) indicação precisa da empresa responsável pelo consórcio que deverá atender às condições de liderança; b) declaração de responsabilidade solidária dos integrantes pelos atos praticados em consórcio, tanto na fase de licitação quanto na de execução do contrato;

c) indicação da participação financeira de cada consorciado.

**7.4** A inclusão de qualquer documento da PROPOSTA TÉCNICA ou de PREÇOS no Envelope nº 3 dos DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO acarretará a desclassificação da Licitante do certame.

**7.5** A Licitante deverá apresentar os seguintes Documentos de Habilitação, para participar deste certame:

**7.5.1** Declaração expressa do proponente, sob as penas da Lei, da inexistência de fatos impeditivos para a sua habilitação neste certame, na forma do § 2º, do art. 32, da Lei nº 8.666/93, com suas posteriores alterações, da Instrução Normativa/MARE nº 5/95 e do Decreto nº 3.722/2001, alterado pelo Decreto nº 4.485/2002, conforme modelo de declaração abaixo:

#### DECLARAÇÃO

(Nome da Empresa) \_\_\_\_\_, CNPJ/MF nº \_\_\_\_\_, sediada (endereço completo) \_\_\_\_\_, declara, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e data

\_\_\_\_\_  
Nome e número do RG do Declarante

**7.5.2** Declaração da Licitante de que não possui em seu quadro de pessoal empregado menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menor de 16 (dezesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos, em atendimento ao preceito o inciso XXXIII, do art. 7º, da Constituição Federal, de conformidade com a Lei nº 9.854/99, regulamentada pelo Decreto nº 4.358, de 05/09/2002.

**7.5.3** Declaração de Elaboração Independente de Proposta, em cumprimento ao disposto na IN 02, de 16/09/2009, conforme anexo V, para os licitantes que não se fizerem representar na sessão de abertura dos envelopes;

**7.5.4** Documentos relativos à **qualificação técnica**:

**7.5.4.1** Um ou mais Atestado(s) de Capacidade Técnica, expedido(s) em nome da proponente, fornecido por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que comprovem a aptidão da Licitante para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto licitado. O(s) Atestado(s) deve(m) informar, também, nome e telefone do responsável pelas informações atestadas.

**7.5.4.2** Declaração de que a empresa possui condições operacionais de funcionamento, dispondo dos seguintes serviços: atendimento, pesquisa, planejamento e elaboração de estratégias de comunicação. Descrever todas as suas estruturas.

**7.5.4.3** Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão (CENP).

**7.5.5. Relativos à Habilitação Jurídica:**

- a. Cédula de identidade;
- b. registro comercial, no caso de empresa individual;

- c. ato constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado, para as sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado dos documentos comprobatórios de eleição de seus administradores;
- d. inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício; e,
- e. decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

#### **7.5.6. Relativos à 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 do proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c. prova de regularidade perante a Fazenda Federal: Certidão de Quitação de Tributos Federais, expedida pela Secretaria da Receita Federal e Certidão Negativa da Dívida Ativa da União, expedida pela Procuradoria da Fazenda Nacional; perante as Fazendas Estadual e Municipal do domicílio ou sede do proponente, ou outra equivalente, na forma da lei;
- d. prova de regularidade relativa à Seguridade Social: Certidão Negativa de Débito - CND, emitida pelo Instituto Nacional do Seguro Social - INSS;
- e. prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) e Certidão de Regularidade de Fornecedor - CRF, emitida pela Caixa Econômica Federal.

#### **7.5.7. Relativos à Qualificação Econômico-Financeira:**

- a. Balanço Patrimonial e demais demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentadas na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais, quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

**a.1** entenda-se por “na forma da lei”:

**I** - quando S/A: Balanço Patrimonial devidamente registrado na Junta Comercial e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação, editado na localidade em que está situada a sede da companhia, conforme o *caput* e o § 5º, do art. 289, da Lei nº 6.404/76, atualizada;

**II** - quando outra forma societária: balanço acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme estabelece o § 2º, do art. 5º, do Decreto-lei nº 486/69, autenticados pelo órgão competente de Registro do Comércio, ou Termo de Opção do Simples ou Lucro Presumido se a empresa for optante a uma dessas duas modalidades.

- a.2.** a comprovação da boa situação financeira da empresa será baseada na obtenção de Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC)

maior ou igual a 1 ( $\geq 1$ ), mediante a aplicação da fórmula transcrita a seguir, cujos índices permitirão aferir a capacidade das licitantes para assumir e concretizar a realização do compromisso, ou, alternativamente, pela comprovação de patrimônio líquido igual ou superior a R\$ 21.628,00 (vinte e um mil, seiscentos e vinte e oito reais), garantindo segurança aos atos da UFVJM:

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

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

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

**b.** Certidão negativa de falência ou concordata, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, emitida em até 90 dias corridos antes da data da apresentação dos documentos de habilitação.

## 7.6. Disposições Gerais da Habilitação

**7.6.1.** Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, ou em cópia autenticada por cartório competente, ou por servidor da UFVJM.

5.5.1 Quando da necessidade de autenticação de cópias, por servidor da UFVJM, a apresentação dos documentos deverá ser feita com 24 horas de antecedência da data de recebimento dos envelopes.

5.5.2 Só serão efetuadas autenticações, por servidor da UFVJM, mediante a apresentação dos originais dos documentos.

5.5.3 Quando o licitante optar por autenticações, por servidor da UFVJM, as cópias deverão ser feitas na Divisão de Licitações, mediante o pagamento de taxa.

5.5.4 O local para autenticação é a Divisão de Licitações, o horário é de 14:00 às 17:00 horas.

**7.6.2.** As empresas regularmente cadastradas e habilitadas parcialmente no Sistema de Cadastro Unificado de Fornecedores - SICAF, instituído pelo extinto Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado, consoante dispõem a Instrução Normativa nº 05, de 21/07/95, e o Decreto nº 3.722, de 09/01/01, com as alterações do Decreto nº 4.485, de 25/11/02, ficarão dispensadas de apresentar os documentos constantes nos subitens 5.5.5 a 5.5.7, sendo, ainda, assegurado o direito de apresentar a documentação atualizada e regularizada na própria sessão, caso estejam com algum documento vencido.

**7.6.3** As empresas Licitantes cadastradas e habilitadas no SICAF que apresentarem resultado igual ou menor que 1 (um), em qualquer dos índices referidos no inciso V, do item 7, da IN-MARE nº 05/95, deverão comprovar que possuem capital social registrado ou patrimônio líquido mínimo igual ou superior a R\$21.628,00 (vinte e um mil, seiscentos e vinte e oito reais).

**7.6.4.** Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “comprovantes de solicitação de documento” em substituição aos documentos requeridos no presente Edital e seus Anexos.

**7.6.5.** Serão inabilitadas as empresas que não comprovarem possuir boa situação financeira, bem assim as que não satisfizerem as demais exigências estabelecidas para habilitação.

**7.6.6.** Na ocorrência da documentação de habilitação não estar completa e correta e contrariar qualquer dispositivo deste Edital de Licitação e seus Anexos, a Comissão considerará a Licitante inabilitada.

**7.6.7.** Documentos apresentados com validade expirada acarretarão a inabilitação da Licitante. Os documentos que não possuírem prazo de validade, somente serão aceitos com data não excedente a 06 (seis) meses de antecedência da data prevista para apresentação das propostas.

**7.6.8.** As Licitantes que deixarem de apresentar quaisquer dos documentos exigidos para a habilitação na presente licitação, ou os apresentarem em desacordo com o estabelecido neste Edital ou com irregularidades, serão inabilitadas, não se admitindo complementação posterior.

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

## **8 - DO RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO**

**8.1** Os envelopes contendo as propostas técnica e de preços deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação no dia, hora e local indicados no caput deste Edital, devendo os trabalhos obedecer à ordem descrita a seguir:

**8.1.1** Na presença das Licitantes serão recebidos, em separado, os envelopes de PROPOSTA TÉCNICA e PROPOSTA DE PREÇOS, devidamente fechados e indevassados.

**8.1.2** Encerrado o prazo para recebimento dos envelopes de PROPOSTA TÉCNICA e DE PREÇOS, nenhum outro será aceito, assim como não serão admitidos quaisquer adendos ou alterações nos documentos e proposta entregues à Comissão Especial de Licitação.

**8.1.3** As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

**8.1.4** O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pela UFVJM, sem nenhum tipo de identificação.

**8.1.5** Está vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro identificado.

**8.1.6** Está vedada a aposição ao invólucro não identificado do plano de comunicação, assim como dos documentos, nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária em qualquer momento anterior à abertura do invólucro identificado.

**8.1.7** Será desclassificado o licitante que descumprir os itens 8.1.5 e 8.1.6 e demais disposições deste Edital.

**8.1.8** A via identificada do plano de comunicação terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à idéia criativa.

**8.1.9** Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela Comissão Especial de Licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

**8.1.10** A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

**8.2** As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída com base no § 1º do art. 10 da Lei 12.323/10 e de acordo com os seguintes critérios:

**8.2.1** Os integrantes da subcomissão técnica não participarão da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

**8.2.2** Será aberto os invólucros referentes a via não identificada do plano de comunicação e o invólucro referente as demais informações da proposta técnica, pela Comissão Especial de Licitação.

**8.2.3** Serão encaminhadas as propostas técnicas à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

**8.2.4** Será realizada pela Subcomissão Técnica análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as licitantes que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste Edital, observado o disposto no itens 8.1.5 e 8.1.6.

**8.2.5** A Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhará a Comissão Especial de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**8.2.6** Será realizada pela Subcomissão Técnica análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o item 5.3.2 deste Edital, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste Edital.

**8.2.7** A Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento dos quesitos mencionados no item

8.2.6 e encaminhará a Comissão Especial de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**8.2.8** A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, a fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conforme com os critérios objetivos determinados neste Edital.

**8.2.9** Persistindo a diferença de pontuação técnica prevista após a reavaliação do quesito, conforme o item 8.2.8, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará o compor o processo desta licitação.

**8.2.10** Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições deste edital, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançado em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica até que se expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro não identificado do plano de comunicação.

**8.2.11** O resultado geral das propostas técnicas será divulgado em sessão pública, pela Comissão Especial de Licitação, com os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) elaboração da planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

**8.2.12** Será providenciada a publicação do resultado de julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se o prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei 8.666/93.

**8.3** A abertura dos envelopes de PROPOSTA DE PREÇOS somente ocorrerá após concluída a pontuação dos fatores de avaliação estabelecidos neste Edital e seus Anexos e seguirá os seguintes critérios:

**8.3.1** Após decorrido o prazo legal para interposição de recursos, ou após renúncia formal, registrada em ata ou por escrito ao direito de interposição de recurso por todas as Licitantes e, ainda, após ser dado conhecimento da decisão de recurso interposto será realizada a abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao a seguir disposto:

- a) será feita a avaliação e a valorização das propostas de preços, de acordo com os critérios objetivos definidos neste Edital;
- b) a classificação das licitantes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preços, de acordo com os pesos preestabelecidos neste Edital.

**8.3.2** Será lavrada ata do resultado do julgamento e providenciada a sua publicação, abrindo-se o prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei 8.666/93.

**8.4** A Comissão Especial de Licitação passará à abertura dos envelopes de HABILITAÇÃO das empresas classificadas, procedendo ao respectivo julgamento em conformidade com a legislação vigente e com os seguintes critérios:

**8.4.1** Após decorrido o prazo legal para interposição de recursos, ou após renúncia formal, registrada em ata ou por escrito ao direito de interposição de recurso por todas as Licitantes e, ainda, após ser dado conhecimento da decisão de recurso interposto serão as Licitantes classificadas convocadas para a apresentação dos documentos de habilitação.

**8.4.2** Após a convocação para apresentação dos documentos de habilitação a licitante deverá proceder a entrega da documentação num prazo de 05 (cinco) dias úteis.

**8.4.3** Será procedida consulta “*on-line*” ao **SICAF** e impressa a declaração demonstrativa da situação de cada empresa Licitante, que deverá ser assinada pelos membros da Comissão Especial de Licitação e por todos os representantes das Licitantes presentes. Essas declarações serão juntadas aos autos do processo licitatório para fins de prova, nos termos dos arts. 27 a 31, da Lei nº 8.666/93, atualizada.

**8.4.4** Será lavrada ata do resultado da habilitação e providenciada a sua publicação, abrindo-se o prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea a do inciso I do art. 109 da Lei 8.666/93.

**8.4.5** Após decorrido o prazo legal para interposição de recursos, ou após renúncia formal, registrada em ata ou por escrito ao direito de interposição de recurso por todas as Licitantes e, ainda, após ser dado conhecimento da decisão de recurso interposto o resultado final será encaminhado para adjudicação e homologação pela autoridade competente.

**8.5** Não caberá, após a fase de julgamento das propostas técnica e de preços, desistência da fase de habilitação, salvo por motivo decorrente de fato superveniente à apresentação dos documentos de habilitação que venha a inviabilizar a participação da Licitante no certame, conforme julgamento a critério da Comissão Especial de Licitação.

**8.6** É facultada à Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo licitatório, sendo vedada inclusão posterior de documentação ou informação que deveria constar originalmente da proposta.

## **9 - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**9.1** As Propostas Técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

**9.2** Serão levados em conta pela subcomissão técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

### **PONTUAÇÃO MÁXIMA**

9.2.1 – Plano de Comunicação	13 pontos
9.2.2 - Registros	20 pontos
9.2.3 - Dos Profissionais	40 pontos
9.2.4 - Capacidade de Atendimento	27 pontos

**9.3** As propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a subcomissão técnica priorizar os seguintes aspectos:



9.3.1 Texto de até 10 páginas em que a Agência fará a exposição, de forma sintética, do **Plano de Comunicação** publicitária que propõe e desenvolverá o conceito e o partido temático que deverão nortear a solução publicitária para a necessidade específica determinada no *briefing*., valendo 13 (treze) pontos.

9.3.2 Na avaliação do quesito **“Registros”** serão observados na proposta da Licitante:

- A) Registro atual na Associação Brasileira de Agências de Propaganda (ABAP) ou no Sindicato da classe no Estado ou cidade da sede da empresa, ou declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda (FENAPRO), caso não exista Sindicato de classe no Estado valendo 10 (dez) pontos;
- B) O *currículum* dos principais executivos da Licitante, principalmente nas áreas de planejamento, criação, mídia e atendimento, compatível com a área de educação valendo 10 (dez) pontos. Áreas afins valendo 7 (sete) pontos e não compatíveis com a área da educação valendo 3 (três) pontos.

9.3.3 Na avaliação do quesito **“Dos Profissionais”** a pontuação se dará da seguinte forma:

- A) **Publicitário:** currículo compatível com o exigido no item 5.3.2.2 – letra a valendo 14 (quatorze) pontos;
- B) **Profissional de Criação:** currículo compatível com o exigido no item 5.3.2.2 – letra b, valendo 14 (quatorze) pontos;
- C) **Jornalista:** currículo compatível com o exigido no item 5.3.2.2 – letra c, valendo 12 (doze) pontos;

9.3.4 Na avaliação do quesito **“Capacidade de Atendimento”** serão observados:

- A) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidade e prazos com o objeto deste projeto mediante apresentação de **duas** declarações de experiência anterior fornecidas por dois clientes que tenham sido ou estejam sendo atendidos pela Agência, e de três veículos de comunicação, sendo um de televisão, um de rádio e um de jornal ou revista, contendo informações quanto ao desempenho da Agência nas relações com os veículos declarantes, valendo 10 (dez) pontos;
- B) Declaração da própria Agência indicando instalações, aparelhamento e pessoal técnico adequados e disponíveis para a realização do objeto deste projeto, bem como uma relação contendo nome e qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos, valendo 7 (sete) pontos;
- C) *Portfólio* (conjunto de trabalhos realizados pela Agência), contendo no mínimo 10 e no máximo 12 peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em DVD e os *spots* e *jingles* em CDs, valendo 05 (cinco) pontos;
- D) Relação de Clientes e suas respectivas áreas de atuação no mercado, atendidos nos últimos 24 meses, e respectivos produtos e data do início do atendimento e do término do atendimento, valendo 05 (cinco) pontos.

**9.4** A nota do quesito técnico corresponderá à média aritmética simples das notas de cada membro da subcomissão técnica.

**9.5** A nota apurada será a PONTUAÇÃO TÉCNICA (PT) de cada proposta.

**9.6** Para calcular o ÍNDICE TÉCNICO (IT) da proposta, a subcomissão técnica fará a divisão da PONTUAÇÃO TÉCNICA (PT) da proposta em exame, pela que obteve a MAIOR PONTUAÇÃO TÉCNICA (MPT), conforme fórmula abaixo, utilizando-se duas casas

decimais e desprezando-se a fração remanescente:

$$IT = PT/MPT$$

Onde:

**IT** = Índice Técnico

**PT** = Pontuação Técnica da proposta em exame

**MPT** = Maior Pontuação Técnica

**9.7** 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 **80 (oitenta)** pontos;
- c) obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os itens 9.3.1 a 9.3.4.

## **10 - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS E CLASSIFICAÇÃO FINAL**

**10.1** Os preços ofertados nas propostas classificadas tecnicamente serão avaliados e valorizados conforme segue:

$$IP = MPP/PP$$

Onde:

**IP** = Índice de Preços

**MPP** = Menor preço proposto pelas empresas classificadas tecnicamente

**PP** = Preço proposto da empresa avaliada.

**10.2** As propostas serão classificadas de acordo com a nota final, conforme abaixo indicado:

$$NF = [(IT \times 6) + (IP \times 4)]$$

**10.3** A classificação final das propostas será feita pela Comissão Especial de Licitação observando a ordem decrescente dos valores das NOTAS FINAIS.

**10.4** Serão desclassificadas as propostas:

- a) que deixarem de cotar qualquer preço constante na Planilha de Preço e/ou qualquer categoria descrita no Anexo I do Edital;
- b) que ofertarem preço anual ou mensal simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ainda que o ato convocatório não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade da própria Licitante, para os quais ela renuncie à

parcela ou à totalidade da remuneração;

c) que ofertarem valores dos honorários acima do limite máximo de 10% sobre os serviços a serem subcontratados;

d) que ofertarem vantagem não prevista no Edital, nem preço ou vantagem baseada na oferta das demais Licitantes.

**10.5** Havendo empate entre as pontuações finais o vencedor será escolhido por sorteio entre os licitantes, realizado em ato público, para o qual todos serão convocados.

## **11 - DA ADJUDICAÇÃO E DA HOMOLOGAÇÃO**

**11.1** O objeto desta licitação será adjudicado e homologado, à Licitante que obtiver a maior nota final e estiver devidamente habilitada, obedecidos aos critérios fixados neste Edital e seus Anexos.

**11.2** Proferida a decisão, após decorrido o prazo recursal, o resultado constará de Ata, lavrada pela Comissão Especial de Licitação, e publicado no Diário Oficial da União, salvo se presentes os prepostos das Licitantes ao ato em que foi adotada a decisão, oportunidade em que será feita por comunicação direta as interessadas. Será, ainda, afixado em local apropriado na UFVJM.

## **12 - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**12.1** Pela inexecução total ou parcial do objeto ou recusa na assinatura do Contrato ou para as agências que sobrepuserem os planos de incentivo aos interesses da Contratante, a UFVJM poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à Licitante Adjudicatária as seguintes penalidades:

**I** advertência, por escrito;

**II** multa de **0,3%** (zero vírgula três por cento) por dia de atraso, e por ocorrência de fato em desacordo com o proposto e o estabelecido no Contrato a ser firmado, até o máximo de **10%** (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, recolhida no prazo máximo de **5** (cinco) dias corridos, a contar do recebimento da notificação;

**III** multa de **10%** (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, no caso de inexecução total ou parcial do objeto contratado, recolhida no prazo de **5** (cinco) dias corridos, contados do recebimento da notificação, sem embargo de indenização dos prejuízos porventura causados à UFVJM pela não execução parcial ou total do Contrato a ser firmado;

**IV** suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a UFVJM pelo prazo de até **2** (dois) anos, conforme a autoridade fixar em função da natureza e da gravidade da falta cometida;

**V** declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a UFVJM, 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 a Licitante vencedora ressarcir a UFVJM pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior.

**12.2** As sanções previstas nos incisos I, IV, e V deste item poderão ser aplicadas juntamente com

as sanções dos incisos II e III, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de **05** (cinco) dias úteis.

**12.3** A multa aplicada será descontada da garantia da respectiva contratada, ou dos pagamentos eventualmente devidos pela UFVJM ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

**12.4** As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF, e no caso de declaração de inidoneidade, a Licitante deverá ser descredenciada durante o período do impedimento de licitar e contratar com a UFVJM.

### **13 - DAS OBRIGAÇÕES DA LICITANTE ADJUDICATÁRIA**

**13.1** A Licitante Vencedora obriga-se a cumprir o estabelecido neste Edital e seus Anexos, as obrigações relacionadas no **item 15**, do Projeto Básico (Anexo I), as prescritas no Contrato que será firmado (Anexo IV), sem prejuízo das decorrentes de normas específicas inerentes à natureza da atividade.

### **14 - DAS OBRIGAÇÕES DA UFVJM**

**14.1** A UFVJM obriga-se a cumprir o estabelecido neste Edital e seus Anexos, as obrigações relacionadas no **item 16**, do Projeto Básico (Anexo I) e as prescritas no Contrato a ser celebrado (Anexo IV) e a proceder ao pagamento dos valores mensais devidos a licitante vencedora.

### **15 - DOS RECURSOS**

**15.1** Em qualquer fase desta licitação caberá recurso, no prazo de **5** (cinco) dias úteis, a contar da data da intimação, do ato contestado ou da lavratura da respectiva Ata, nos termos do inciso I e § 1º, do art. 109, da Lei nº 8.666/93, atualizada.

**15.2** Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade na aplicação da lei, devendo, para tanto, protocolar requerimento de impugnação junto à Comissão Especial de Licitação até **5** (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de Habilitação, das 9:00h às 11:00h ou das 14:00h às 17:00h, na Divisão de Licitações/UFVJM, localizada no Campus JK, BR 367, nº 5.000 – Diamantina (MG).

**15.3** Decairá do direito de impugnar os termos do Edital, perante a UFVJM, a Licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de Habilitação, mediante solicitação por escrito e protocolizada conforme item anterior.

**15.4** Os recursos referentes à fase Julgamento das Propostas e Habilitação terão efeito suspensivo.

**15.5** Os recursos deverão ser dirigidos ao Reitor da UFVJM, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, a qual poderá reconsiderar suas decisões, no prazo de **5** (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhá-los, devidamente informados, para apreciação e decisão da autoridade superior.

**15.6** Na contagem dos prazos será excluído o dia do início e incluído o dia do vencimento, prorrogando-os automaticamente, para o primeiro dia útil subsequente, quando recair em data em que não haja expediente na UFVJM.

**15.7** Não serão conhecidos os pedidos de reconsideração e os recursos cujas petições tenham sido apresentadas fora do prazo e/ou subscritos por procurador não habilitado legalmente no processo para responder pela empresa.

## **16 - DO PAGAMENTO**

**16.1** Os pagamentos serão efetuados mensalmente até o 10 (décimo) dia útil, após a data de apresentação das Notas Fiscais/Faturas, acompanhada dos comprovantes de recolhimento dos Encargos Sociais (FGTS, INSS, IRRF e demais tributos relacionados ao pessoal alocado na UFVJM) relativos ao mês anterior ao da prestação de serviços e do respectivo relatório de Atividades, de acordo com o volume de horas e respectiva modalidade/especialidade de serviços efetivamente executados.

**16.2** Para fins de pagamento de que trata o item anterior, serão consideradas como horas efetivamente trabalhadas, o resultado da operação com a multiplicação da quantidade de dias úteis do mês, pelo número de horas correspondentes à jornada de trabalho, deduzindo-se, ainda, do resultado obtido, os afastamentos legais e/ou eventuais dos prestadores de serviços.

**16.3** Os serviços realizados por terceiros e honorários pertinentes serão pagos mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com a UFVJM, em até 15 (quinze) dias após a realização dos serviços. Para todos os serviços realizados por terceiros, a CONTRATADA deverá fazer cotação de preços e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução.

**16.4** De conformidade com o que determina a Circular nº 3030, de 12/04/2001, do Banco Central do Brasil, a Licitante deverá informar, no documento hábil de cobrança, o nome completo da pessoa jurídica ou física, o CNPJ/MF ou CPF, nome do Banco, nº da Agência e nº da conta corrente para depósito, pela UFVJM, do crédito a que tem direito. Os dados retromencionados, obrigatoriamente, deverão ser da mesma pessoa física ou jurídica que será contratada.

**16.5** Em cumprimento ao disposto no artigo 64, da Lei nº 9.430, de 27 /12/1996, e na Instrução Normativa nº 306, de 12 de março de 2003, da Secretaria da Receita Federal - SRF, a UFVJM reterá na fonte, o Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e a Contribuição para o PIS/PASEP sobre os pagamentos que efetuar à Licitante Vencedora. Os pagamentos serão efetuados após a verificação da Regularidade Fiscal da Licitante no SICAF.

**16.6** A documentação de cobrança (Notas Fiscais/Faturas) não aceita pela UFVJM será devolvida à Licitante para as devidas correções, com as informações que motivaram sua rejeição pela fiscalização.

**16.6.1** Caso a Licitante não faça as correções apontadas, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, incidirá nas cominações previstas no Instrumento Contratual a ser formalizado, inclusive suspendendo-se por igual período o prazo de pagamento de que trata o subitem 16.1 deste Edital.

**16.6.2** A devolução da documentação de cobrança não aprovada pela UFVJM não servirá de motivo para que a Licitante suspenda a execução dos serviços ou deixe de efetuar os pagamentos devidos a seus empregados, contratados e/ou fornecedores.

**16.7** A UFVJM, sem prejuízo de exercer outras prerrogativas contratuais, poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal de Prestação de Serviços apresentada pela Licitante, no todo ou em parte, nos seguintes casos:

**16.7.1** execução parcial ou defeituosa dos serviços;

**16.7.2** existência de débito da Licitante para com a União/UFVJM, quer proveniente da execução do Contrato a ser firmado quer de obrigações ajustadas em outros Contratos;

**16.7.3** não cumprimento de obrigação contratual, hipótese em que o pagamento ficará retido até que a Licitante atenda à cláusula infringida;

**16.7.4** descumprimento pela Licitante de obrigações ajustadas com terceiros que, eventualmente, possam prejudicar a execução dos serviços;

**16.7.5** paralisação dos serviços por culpa da Licitante, devidamente comprovada.

**16.8** Respeitadas as condições previstas nos subitens precedentes deste Edital, em caso de atraso de pagamento, motivado pela UFVJM, o valor a ser pago será atualizado financeiramente desde a data prevista para o pagamento até a de seu efetivo pagamento, tendo como base a Taxa Referencial *pro rata tempore*, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{EM} = \left[ \left( 1 + \frac{\text{TR}}{100} \right)^{\frac{\text{N}}{30}} - 1 \right] \times \text{VP}$$

Onde,

**TR** = percentual atribuído à Taxa Referencial;

**EM** = encargos moratórios;

**VP** = valor da parcela a ser paga;

**N** = número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento.

**16.9** A compensação financeira prevista nesta condição será cobrada em Nota Fiscal/Fatura após a ocorrência.

**16.10** O presente Edital e o Contrato dele decorrente se adequarão de pronto às condições que vierem a ser editadas pelo Poder Executivo ou Legislativo, no tocante à política econômica brasileira, se delas divergentes.

## **17 - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

**17.1** As despesas decorrentes da contratação do objeto desta licitação correrão à conta dos recursos consignados no Orçamento Geral da União, para o exercício de 2010, Programa de Trabalho 2146, Fonte de Recurso 0112000000. Nos exercícios seguintes, as despesas correrão à conta dos recursos da UFVJM consignados no Orçamento da União do respectivo exercício para o atendimento dos pagamentos previstos.

## 18 - DA GARANTIA CONTRATUAL

**18.1 A** Licitante adjudicatária prestará garantia, antes da assinatura do Contrato, no montante correspondente a 5% (cinco por cento) do valor da contratação, podendo optar por uma das seguintes modalidades:

a) caução em dinheiro ou título da dívida pública, negociável na Bolsa de Valores, certificado por Corretora, contendo valor facial do título e custodiado na CETIP - Central de Custódia e Liquidação Financeira de Títulos;

b) fiança bancária;

c) seguro-garantia, contendo:

c.1) via original da apólice completa, ou seja, com as Especificações Técnicas do Seguro, Condições Gerais e as Condições Especiais da Garantia, impressas em seu verso ou anexas;

c.2) cópia das Condições Contratuais Gerais (contra-garantia) firmadas entre a Seguradora e a Contratada/Tomadora do Seguro;

c.3) cópia de comprovante de pagamento do prêmio tarifário total ou parcelado;

c.4) cópia de documento comprobatório de aceitação da cobertura de resseguro pelo IRB, independentemente, de estar dentro do limite de cobertura automático.

**18.1.1** Sobre o valor da caução prestada em dinheiro, incidirá a Taxa Referencial - TR, *pro rata tempore* pela fórmula estabelecida neste Edital, atualizada a partir da data de recolhimento.

**18.1.2** Respeitada as condições estabelecidas nos subitens 12.3 e 16.7 deste Edital, a garantia será liberada após a integral execução do Contrato a ser firmado, desde que a Licitante adjudicatária tenha cumprido todas as obrigações contratuais.

**18.2** Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de qualquer obrigação, a Licitante vencedora obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo, máximo, de 5 (cinco) dias úteis, contados da data em que for notificado pela UFVJM.

## 19 - DO CONTRATO E DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

**19.1** A UFVJM, conforme previsto na legislação vigente, convocará a Licitante vencedora para retirar a Nota de Empenho e assinar o Contrato no prazo, máximo, de 5 (cinco) dias úteis, contados a partir do recebimento da notificação, sob pena de, em não o fazendo, ficar caracterizado o descumprimento total das obrigações assumidas perante a União, dando causa às sanções indicadas no **item 12** deste Edital e demais penalidades cabíveis.

**19.2** O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela Licitante vencedora, e desde que ocorra motivo justificado e aceito pela UFVJM.

**19.3** É facultado à UFVJM, quando a convocada não assinar o Contrato no prazo e condições estabelecidos, chamar as Licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação, para

fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto aos preços atualizados, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81, da Lei nº 8.666/93, atualizada.

**19.4** Será procedida consulta “*on-line*” ao **SICAF** antes da contratação da Licitante adjudicatária, para verificação das condições de habilitação exigidas neste certame, cujo resultado será impresso e juntado ao respectivo processo.

**19.5** A vigência do Contrato decorrente desta licitação será de 12 (doze) meses, contados da data da sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante Termo Aditivo, até o limite de 60 (sessenta) meses, nos termos do inciso II, do art. 57, da Lei nº 8.666/93, atualizada.

**19.6** Durante a vigência do Contrato que será firmado, a prestação dos serviços de que trata o objeto deste Edital será acompanhada e fiscalizada por servidor público especialmente designado, que anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do Contrato, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos detectados. As decisões e providências que ultrapassarem a competência do servidor designado deverão ser solicitadas aos seus superiores em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.

**19.7** Os serviços poderão ser prestados nas dependências da Licitante Adjudicatária. No caso das atividades a serem executadas pela equipe técnica referenciada no item 6.6.5 do Projeto Básico, as mesmas poderão ser desenvolvidas nas dependências da UFVJM. A critério da UFVJM, poderá ser solicitado o deslocamento dos profissionais para executarem os serviços em outros lugares, quando em acompanhamento ao Reitor e seus pró-reitores e assessores.

**19.8** Com relação à execução dos serviços a Licitante Vencedora obriga-se a cumprir o estabelecido neste Edital e seus Anexos, as obrigações relacionadas nos **itens 10, 11, 12, 13 e 14**, do Projeto Básico (Anexo I), as prescritas no Contrato que será firmado (Anexo IV), sem prejuízo das decorrentes de normas específicas inerentes à natureza da atividade.

## **20 - DA INEXECUÇÃO E DA RESCISÃO**

**20.1** A inexecução total ou parcial do Contrato decorrente desta licitação ensejará a sua rescisão, com as conseqüências contratuais, inclusive o reconhecimento dos direitos da UFVJM, de acordo com o disposto nos arts. 77 a 80 da Lei nº 8.666/93, atualizada.

**20.1.1** Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

**20.1.2** A rescisão do Contrato a ser firmado poderá ser:

**20.1.2.1** determinada por ato unilateral e escrito da UFVJM, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII, do art. 78, da Lei nº 8.666/93, atualizada;

**20.1.2.2** amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a UFVJM;

**20.1.2.3** judicial, nos termos da legislação.

**20.1.3** A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.



## **21 - DA ANULAÇÃO E REVOGAÇÃO DA LICITAÇÃO**

- 21.1** A presente licitação poderá ser revogada por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar sua revogação, devendo ser anulada por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito devidamente fundamentado, assegurado o contraditório e a ampla defesa.
- 21.2** O descumprimento por parte de agente da UFVJM, nos dispositivos contidos na Lei 12.232/10 destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros do plano de comunicação, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

## **22 - DAS INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS**

- 22.1** Os pedidos de esclarecimentos sobre quaisquer elementos do presente Edital e seus Anexos serão atendidos quando solicitados por escrito, recebidos até **5** (cinco) dias úteis anteriores à data prevista no Preâmbulo deste, devendo ser considerados os pedidos de esclarecimentos encaminhados via postal ou *fac-símile* (38) 3532 1261, ou via eletrônica, através do e-mail: [licita@ufvjm.edu.br](mailto:licita@ufvjm.edu.br), de 2ª a 6ª feiras, das 9h às 11h e das 14h às 17h.
- 22.2** Expediente para a Comissão Especial de Licitação deverá ser encaminhado para o seguinte endereço:

UFVJM  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA Nº 002/2010  
CAMPUS JK - BR 367, Nº 5.000  
DIAMANTINA (MG) 39100-000

## **23 - DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS**

- 23.1** Os Anexos I, II, III, III-A, IV, V e VI integram este Edital, independente de transcrição, para esclarecimento do objeto e do regulamento do certame licitatório.
- 23.2** A entrega da documentação e Propostas implica a aceitação plena e irrestrita das condições e termos que regem o presente processo licitatório.
- 23.3** Os atos praticados nas reuniões da Comissão Especial de Licitação com as Licitantes, inclusive quanto à abertura dos envelopes contendo os documentos para Habilitação e as Propostas Técnica e de Preços, bem como o resultado do exame dos mesmos, serão registrados em Atas circunstanciadas, que serão assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelas Licitantes presentes.
- 23.4** Nenhuma responsabilidade caberá a UFVJM sobre o envio de documentação ou Propostas através de correio ou sistemas similares, sobre cobrança de serviços extras e sobre dúvidas posteriores.
- 23.5** Não será admitida a remessa de documentação e Propostas via *fac-símile*.

- 23.6** A critério da Comissão Especial de Licitação poderão ser solicitadas de qualquer Licitante informações complementares e determinadas diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da Proposta.
- 23.7** Nenhuma indenização será devida às Licitantes pela elaboração e/ou apresentação de documentos e Propostas relativos ao presente Edital.
- 23.8** A Proposta e quaisquer documentos deverão ser apresentados em português, idioma em que também será redigido o Contrato decorrente desta licitação. Serão aceitos documentos em outros idiomas, desde que acompanhados de tradução para o idioma português firmada por tradutor juramentado, caso em que tal tradução prevalecerá sobre os originais.
- 23.9** Caso haja a inabilitação de todas as empresas Licitantes ou todas as Propostas sejam desclassificadas, a Comissão Especial de Licitação poderá fixar às Licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para a apresentação de novas Propostas, escoimadas as causas que as inabilitaram ou desclassificaram anteriormente.
- 23.10** Os quantitativos previstos nesta licitação poderão ser acrescidos ou suprimidos, a critério da UFVJM e de acordo com o disposto nos §§ 1º e 2º, do art. 65, da Lei nº 8.666/93, autorizada.
- 23.11** É vedada a subcontratação total ou parcial do objeto licitado não admitida neste Edital e seus Anexos.
- 23.12** As normas que disciplinam esta licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre as interessadas, sem comprometimento da segurança do futuro Contrato.
- 23.13** O foro para dirimir questões relacionadas com este Edital ou com o Contrato vinculado a esta licitação será a Justiça Federal, Subseção Judiciária de Sete Lagoas-MG.

Diamantina, 06 de julho de 2010.

# UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI

## ANEXO I

### CONCORRÊNCIA Nº 002/2010

#### Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda

#### Parte I - Introdução

##### Apresentação

A Comunicação está em todos os processos humanos, das relações mais corriqueiras e familiares ao ambiente corporativo. Dos primórdios e desde sempre comunicar é o que nos faz humanos. A questão é que vivemos numa época onde o enorme volume de informações circulantes acaba saturando os canais de comunicação, diluindo as mensagens e impedindo a eficácia do processo comunicativo. Por isso, não adianta só comunicar, é preciso fazê-lo bem.

Apenas com planejamento é possível estabelecer uma comunicação integrada que dê consistência e potencialize a mensagem em todos os pontos de contato com o mercado e com a sociedade. São por essas razões que o trabalho de comunicação é de suma importância para cuidar da imagem da Universidade no mercado e do contato com seus públicos interno e externo. Buscando, fundamentalmente, o correto posicionamento competitivo de seus serviços e a construção da sua reputação social. O produto da UFVJM pode ser o melhor, mas se não souberem disso, é como se ele não existisse.

##### Objetivo

O objetivo deste projeto é contratar uma Agência de Publicidade e Propaganda para o desenvolvimento de estratégias de marketing e comunicação para a Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), visando ao posicionamento e fortalecimento da marca, ao desenvolvimento de mercado para a captação de novos alunos, bem como à veiculação, à negociação, ao acompanhamento, ao *checking*, ao planejamento de mídia e aos demais serviços inerentes à atividade publicitária, e, principalmente, ao atendimento de todas as demandas de comunicação junto aos públicos da UFVJM em suas campanhas de vestibular para os próximos dois anos.

##### Justificativa

A UFVJM acaba de se propor a implantar um Planejamento Estratégico em que a Comunicação Social tem papel fundamental para o cumprimento de várias de suas metas. Em função disso e devido à deficiência de pessoal para executar o Plano de Comunicação da UFVJM, no que diz respeito à área de Publicidade e Propaganda, a Assessoria de Comunicação Social da Universidade solicita a contratação de uma Agência de Publicidade e Propaganda para desenvolver as seguintes tarefas:

- **Planejamento**

Planos específicos de ações ou campanhas publicitárias de divulgação da UFVJM,  
Definição de propostas de pesquisas de mercado e opinião e seu acompanhamento.

- **Criação**

Criação de campanhas, peças publicitárias e documentários,  
Elaboração de *presentations*, balanços sociais e outras peças institucionais,  
Criação de identidade visual de produtos e serviços específicos,

Acompanhamento da aplicação da marca e seus desdobramentos.

- **Produção**

Orçamento e acompanhamento de produção de materiais impressos, digitais e eletrônicos,

Coordenação de aplicação de peças de *outdoors* e de outras mídias.

- **Mídia**

Elaboração de estudos e planos de mídia, de acordo com perfil do público-alvo,

Reserva, negociação, contratação e *checking* de espaços em veículos de comunicação.

- **Atendimento**

Atendimento cotidiano às demandas de comunicação e mídia do cliente,

Coordenação interna e externa da criação e produção das peças solicitadas,

Desenvolvimento e apresentação de propostas e alternativas de comunicação para a divulgação do Vestibular,

Monitoramento dos resultados,

Oferta de um profissional de atendimento exclusivo junto à Assessoria de Comunicação da UFVJM para acompanhamento integral das demandas geradas de acordo com a conveniência do cliente,

Elaboração de relatórios bimestrais sobre os trabalhos desenvolvidos e os resultados obtidos.

## **Parte II - Projeto Básico**

### **1 - OBJETO**

Contratação de empresa especializada – agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de comunicação especificamente: publicidade, propaganda. Os serviços a serem prestados pela Agência compreendem planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação, supervisão, avaliação e acompanhamento de campanhas publicitárias, publicações legais e materiais de divulgação. Os serviços serão executados pelos veículos de comunicação de mídia impressa, eletrônica, exterior e alternativa (jornais, rádio, televisão, revistas, placas, sites e outros fornecedores de serviços de comunicação social), além de fornecedores gráficos.

### **2 - PÚBLICO ALVO**

O público-alvo é primordialmente composto pela população das classes C, D e E, de ambos os sexos e com faixa etária de 15 a 25 anos, da região dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, grande Belo Horizonte, e cidades circunvizinhas, respeitados os segmentos específicos para a comunicação dirigida, como campanhas de lançamento e sustentação de ações e serviços, podendo atingir outros públicos internos ou externos. Lembrando que com a adesão ao ENEM, pretendemos atingir também, como público secundário, jovens de todo o Brasil.

### **3 - SERVIÇOS A SEREM CONTRATADOS**

A UFVJM irá qualificar, selecionar e contratar a Agência para prestar os seguintes serviços:

- a) Elaborar relatório que descreva a atual situação da **CONTRATANTE** em relação à sua área de Comunicação Social, analisando pontos fortes e fracos, bem como, indicando soluções para o seu aprimoramento;
- b) Elaborar estudo e planejamento que viabilize a concepção e a execução do Plano de Comunicação da **CONTRATANTE**, sob a supervisão da Diretoria de Comunicação Social – DICOM/UFVJM;

- c) Criar um Manual de Identidade Visual (MIV) que indique as formas adequadas de utilização da nova identidade visual da **CONTRATANTE**. O MIV consiste em....;
  - d) Elaborar a sinalização interna e externa nos diversos *campi* da **CONTRATANTE** (Diamantina, Teófilo Otoni, Couto Magalhães de Minas e Curvelo);
  - e) Criar uma revista institucional anual, em versão bilíngue, com toda a produção da **CONTRATANTE** no que diz respeito às atividades de ensino, pesquisa e extensão;
  - f) Reformular o *layout do website* da UFVJM com o desenvolvimento de *hot sites*, aprimorando e ampliando suas inserções nos diversos *sites* de busca presentes na Rede Mundial de Computadores (internet);
  - g) Criar campanhas publicitárias na Internet com inserção de *banners* em sites patrocinados;
  - h) Criar campanhas visando à apresentação, fixação e fortalecimento da marca UFVJM, utilizando recursos de comunicação, tais como empena, *folders*, cartazes, *popcards*, *outdoors*, *jingles*, *spots* de rádio, *videotape* (VT), calendários, blocos de anotações, além de outros recursos não elencados;
  - i) Criar um programa que busque a inclusão social e cultural da comunidade externa que conforme orientação da DICOM/UFVJM e órgãos afins;
  - j) Implementar ações de *endomarketing* como forma de incentivar o relacionamento entre os servidores docentes e técnicos administrativos;
  - k) Produzir um vídeo institucional que apresente as ações da **CONTRATANTE**, sua infra-instrutora nos *campus*, seus projetos relevantes em execução, etc., sob a orientação da DICOM/UFVJM;
  - l) Criar peças (definir) para cada curso de graduação, sob orientação da DICOM/UFVJM;
  - m) Criar peças publicitárias, como *folder*, cartaz e catálogo destinados aos cursos de graduação, pós-graduação *Lato* e *Stricto Sensu* e atividades de extensão, assim como, reformulação das *home pages* dos referidos cursos;
  - n) Criar a grife “UFVJM”, sob a orientação da DICOM/UFVJM;
  - o) Criar campanhas publicitárias para os processos seletivos dos cursos de graduação sob orientação da COPESE/UFVJM (duas ao ano);
  - p) Elaborar os planos de mídia da **CONTRATANTE** sob orientação da DICOM/UFVJM;
  - q) Criar um Relatório de Gestão, com o intuito de divulgar todas as ações realizadas pela atual gestão, quando do seu término;
- **3.1** - Com relação aos serviços produzidos pela Agência, todos os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos deverão ser de posse da UFVJM. Os serviços e suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela agência ou indicados pela UFVJM.
  - **3.2** - Para a contratação de terceiros deve ser feito um levantamento de orçamento de todos os serviços inerentes à publicidade, tais como veículos de comunicação, produção de filmes, *spots* de rádio, discos, clichês, matrizes, composições, estéreos, fotolitos, impressos, fotografias, cachês, arte-final, *slides*, pesquisas de mercado, entre outros. Tais serviços deverão ser contratados pela Agência de Publicidade vencedora da licitação, em nome da UFVJM, sendo a agência a responsável pela avaliação da qualidade dos produtos e obtenção de orçamentos com a melhor relação de custos X benefícios para o anunciante. Os custos desses serviços deverão estar incluídos no valor da verba estipulada pela UFVJM e deverão ser aprovados pela mesma previamente.

- **3.3** - A Agência deverá apresentar à UFVJM no mínimo três orçamentos em papel timbrado e original, com assinatura de cada fornecedor, à exceção dos casos em que haja impossibilidade de atendimento a essa exigência.

#### **4 - DA FINALIDADE**

A contratação de empresa especializada em serviços de comunicação, especificamente publicidade, propaganda, tem por finalidade suprir a UFVJM com uma equipe de comunicação capaz de conceber ações e executar as políticas e prioridades definidas pela sua Diretoria de Comunicação Social, bem como apoiar ações e atividades propostas pelo setor de Comunicação.

#### **5 - JUSTIFICATIVA PARA DEMANDA DO SERVIÇO**

A Área de Comunicação da UFVJM constatou a necessidade de contratação de empresa para prestação dos serviços de publicidade e propaganda que deverão atuar em articulação com os profissionais da Diretoria de Comunicação da Universidade, pelos motivos expostos a seguir:

**5.1** - O Plano de Comunicação da UFVJM não pode prescindir de um assessoramento nas áreas específicas de comunicação institucional, mercadológica e publicitária em articulação com os serviços já existentes, promoverem uma eficiente e moderna comunicação com os mais diversos públicos atinentes à nossa missão educacional, e bem assim, construir uma imagem institucional que dê notícias ao mercado da qualidade que pauta as ações e missão desta nova Universidade.

#### **6 - DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

- 6.1** A proposta técnica será composta do plano de comunicação publicitária pertinente às informações expressas no briefing conforme item 6.6, e do conjunto de informações referentes ao item 6.7.
- 6.2** A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, datilografada ou digitada, apresentada no local, dia e hora determinados neste Edital, em uma via, na forma definida no item 4.1.
- 6.3** A Proposta Técnica deverá ser apresentada em 03 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outros para as demais informações integrantes da proposta técnica.
- 6.4** Todos os documentos constantes deste envelope deverão estar numerados seqüencialmente, da primeira à última folha, de modo a refletir o seu número exato.
- 6.5** A inclusão de qualquer documento da PROPOSTA DE PREÇOS, no envelope da PROPOSTA TÉCNICA, acarretará a exclusão sumária da Licitante do certame.
- 6.6** A proposta técnica consistirá dos seguintes requisitos:
- 6.6.1 Licitante apresentará Estratégia de Comunicação, elaborado com base no Briefing (Anexo II deste Edital), o qual compreenderá os seguintes subquestos:
- a) **Raciocínio Básico:** sob a forma de texto, usando no máximo 05 (cinco) páginas, em que a Licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação

publicitária da UFVJM, a sua compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios da comunicação a serem enfrentados;

**b) Estratégia de Comunicação:** sob a forma de texto, usando no máximo 05 (cinco) páginas, em que a Licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela UFVJM;

**c) Idéia Criativa:** sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

**d) Estratégia de Mídia e Não Mídia:** em que o 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 disponível indicada neste Edital, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação;

6.6.2 A critério da UFVJM, o plano de comunicação da proposta vencedora poderá vir a ser produzido e executado, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato a ser firmado.

6.6.3 Licitante apresentará ainda os seguintes documentos:

#### **6.6.4 Registros:**

5.6.4.1 Registro na Associação Brasileira de Agências de Propaganda (ABAP) ou no Sindicato da classe no Estado ou cidade da sede da empresa, ou declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda (FENAPRO), caso não exista Sindicato de classe no Estado;

6.6.4.2 Currículos dos diretores e principais executivos técnicos da Agência constantes do item 5.6.5, comprovando serem habilitados através de diplomas reconhecidos de nível superior nas áreas de Publicidade e Propaganda e/ou Jornalismo e/ou Relações Públicas e/ou Rádio e TV, bem como a apresentação das equipes de atendimento, criação, produção gráfica e RTVC (rádio, televisão e jornal)

#### **6.6.5 Dos Profissionais:**

A Licitante deverá possuir profissionais qualificados em número suficiente para desenvolverem as atividades objeto desta licitação, os quais deverão possuir o perfil descrito abaixo:

- a) Publicitário:** Profissional formado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda e/ou especialização em alguma área de Comunicação ou Marketing, com, no mínimo, cinco anos de atuação comprovada na área, com experiência em coordenação de assessoria de comunicação de grande porte, especialmente no setor público, e em agências, tendo atuado como Coordenador de Campanhas Publicitárias. Esse profissional precisa ter habilidade para elaboração de projetos, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, gerenciar campanhas e executar ações de planejamento de comunicação.
- b) Profissional de Criação:** Profissional com formação na área de Comunicação e/ou áreas correlatas, com, no mínimo, quatro anos de experiência em criação de peças publicitárias para diferentes mídias, como TV, Rádio, Jornal, Revista, Internet, outdoors e empenas. Comprovação do conjunto de trabalhos realizados pelo

profissional, através da apresentação de Portfólio, contendo no mínimo 10 e no máximo 12 peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em DVD e os spots e jingles em CDs.

- c) **Jornalista:** Profissional formado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, com, no mínimo, quatro anos de atuação comprovada na área, com passagem por veículos da imprensa nacional, com experiência em edição de texto, inclusive para Internet e Rádio/TV.

#### 6.6.6 Capacidade de atendimento:

- a) Apresentar comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidade e prazos com o objeto deste projeto mediante apresentação de **duas** declarações de experiência anterior fornecidas por dois clientes que tenham sido ou estejam sendo atendidos pela Agência. Além de três veículos de comunicação, sendo um de televisão, um de rádio e um de jornal ou revista, contendo informações quanto ao desempenho da Agência nas relações com os veículos declarantes;
- b) Apresentar uma declaração da própria Agência indicando instalações, aparelhamento e pessoal técnico adequados e disponíveis para a realização do objeto deste projeto, bem como uma relação contendo nome e qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos;
- c) Apresentar o *Portfólio* (conjunto de trabalhos realizados pela Agência), contendo no mínimo 10 e no máximo 12 peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em DVD e os *spots* e *jingles* em CDs.
- d) Apresentar Relação de Clientes e suas respectivas áreas de atuação no mercado, atendidos nos últimos 24 meses, e respectivos produtos e data do início do atendimento e do término do atendimento.

6.7 A empresa que não apresentar sua proposta desta forma não deverá ter o item avaliado na Licitação.

## 7 - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1 As Propostas Técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

7.2 Serão levados em conta pela subcomissão técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

### PONTUAÇÃO MÁXIMA

7.2.1 – Plano de Comunicação	13 pontos
7.2.2 - Registros	20 pontos
7.2.3 - Dos Profissionais	40 pontos
7.2.4 - Capacidade de Atendimento	27 pontos

7.3 As propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a subcomissão técnica priorizar os seguintes aspectos:

- 7.3.1 Texto de até 10 páginas em que a Agência fará a exposição, de forma sintética, do **Plano de Comunicação** publicitária que propõe e desenvolverá o conceito e o partido temático que deverão nortear a solução publicitária para a necessidade específica determinada no *briefing*., valendo 13 (treze) pontos.



- 7.3.2 Na avaliação do quesito “**Registros**” serão observados na proposta da Licitante:
- A. Registro atual na Associação Brasileira de Agências de Propaganda (ABAP) ou no Sindicato da classe no Estado ou cidade da sede da empresa, ou declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda (FENAPRO), caso não exista Sindicato de classe no Estado valendo 10 (dez) pontos;
  - B. O *currículum* dos principais executivos da Licitante, principalmente nas áreas de planejamento, criação, mídia e atendimento, compatível com a área de educação valendo 10 (dez) pontos. Áreas afins valendo 7 (sete) pontos e não compatíveis com a área da educação valendo 3 (três) pontos.

- 7.3.3 Na avaliação do quesito “**Dos Profissionais**” a pontuação se dará da seguinte forma:
- a) **Publicitário:** currículo compatível com o exigido no item 5.3.2.2 – letra a valendo 14 (quatorze) pontos;
  - b) **Profissional de Criação:** currículo compatível com o exigido no item 5.3.2.2 – letra b, valendo 14 (quatorze) pontos;
  - c) **Jornalista:** currículo compatível com o exigido no item 5.3.2.2 – letra c, valendo 12 (doze) pontos;

- 7.3.4 Na avaliação do quesito “**Capacidade de Atendimento**” serão observados:
- a) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidade e prazos com o objeto deste projeto mediante apresentação de **duas** declarações de experiência anterior fornecidas por dois clientes que tenham sido ou estejam sendo atendidos pela Agência, e de três veículos de comunicação, sendo um de televisão, um de rádio e um de jornal ou revista, contendo informações quanto ao desempenho da Agência nas relações com os veículos declarantes, valendo 10 (dez) pontos
  - b) Declaração da própria Agência indicando instalações, aparelhamento e pessoal técnico adequados e disponíveis para a realização do objeto deste projeto, bem como uma relação contendo nome e qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos, valendo 7 (sete) pontos;
  - c) *Portfólio* (conjunto de trabalhos realizados pela Agência), contendo no mínimo 10 e no máximo 12 peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em DVD e os *spots* e *jingles* em CDs, valendo 05 (cinco) pontos;
  - d) Relação de Clientes e suas respectivas áreas de atuação no mercado, atendidos nos últimos 24 meses, e respectivos produtos e data do início do atendimento e do término do atendimento, valendo 05 (cinco) pontos.

**7.4** A nota do quesito técnico corresponderá à média aritmética simples das notas de cada membro da subcomissão técnica.

**7.5** A nota apurada será a PONTUAÇÃO TÉCNICA (PT) de cada proposta.

**7.6** Para calcular o ÍNDICE TÉCNICO (IT) da proposta, a subcomissão técnica fará a divisão da PONTUAÇÃO TÉCNICA (PT) da proposta em exame, pela que obteve a MAIOR PONTUAÇÃO TÉCNICA (MPT), conforme fórmula abaixo, utilizando-se duas casas decimais e desprezando-se a fração remanescente:

$$IT = PT/MPT$$

Onde:

**IT** = Índice Técnico  
**PT** = Pontuação Técnica da proposta em exame  
**MPT** = Maior Pontuação Técnica

#### **7.7** 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 **80 (oitenta)** pontos;
- c) obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os itens 7.3.1 a 7.3.4.

#### **8- DA CLASSIFICAÇÃO**

Havendo empate entre as pontuações finais o vencedor será escolhido por sorteio entre os licitantes, realizado em ato público, para o qual todos serão convocados.

#### **9 - NO CASO DE VEICULAÇÃO EM EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO A AGÊNCIA VENCEDORA SE OBRIGARÁ A APRESENTAR:**

- a) Nas praças cobertas por serviço de checagem: - Relatório de checagem emitidos por empresa terceirizada;
- b) Nas praças não cobertas por serviço de checagem: - Comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação; ou Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, na qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação. Esta declaração deverá ter firma reconhecida notarialmente.

#### **10 - DO LOCAL DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

- a) Os serviços poderão ser prestados nas dependências da Licitante Adjudicatária. No caso das atividades a serem executadas pela equipe técnica referenciada no item 6.2 deste Projeto Básico, as mesmas poderão ser desenvolvidas nas dependências da UFVJM. A critério da UFVJM, poderá ser solicitado o deslocamento dos profissionais para executarem os serviços em outros lugares, quando em acompanhamento ao Reitor e seus pró-reitores e assessores.
- b) A critério da UFVJM, poderá eventualmente ocorrer deslocamento, a serviço, para outros municípios do Estado de MG. Nessa hipótese, a Agência contratada proverá os meios de deslocamento e hospedagem dos técnicos designados.
- c) As despesas, decorrentes do exposto no subitem acima, serão custeadas pela Agência contratada.

#### **11 - DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

- **11.1.** Os serviços objeto deste Projeto Básico serão prestados mediante solicitação da UFVJM.
- **11.2.** Para garantir a celeridade e a qualidade da prestação dos serviços, a Licitante Adjudicatária disponibilizará equipe técnica responsável pela interlocução com os setores afins da UFVJM, em sua Sede, e em seus campi fora da Sede.

- **11.3.** Os profissionais técnicos deverão ter certificados técnicos compatíveis aos serviços objeto deste Projeto Básico.
- **11.4.** Os serviços deverão ser contratados por meio de licitação pública, do tipo “técnica e preço” que serão executados de forma continuada por se tratar de atividades imprescindíveis para a consecução dos objetivos institucionais da UFVJM.
- **11.5.** A prestação dos serviços será de pelo menos uma semana por mês, na Sede da UFVJM, das 8h às 12h e das 14h às 18h, sob a coordenação da Comissão de Acompanhamento da Diretoria de Comunicação Social da UFVJM.
- **11.6.** Em caráter excepcional, a UFVJM poderá solicitar da Licitante Adjudicatária a prestação dos serviços aos sábados, domingos e feriados, para atender a realização de programas institucionais.

## **12 - DAS CONDIÇÕES PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

- **12.1.** As atividades necessárias à execução do objeto deste Projeto Básico poderão ser executadas, em espaços físicos e instalações da UFVJM, em Diamantina/MG ou em local determinado por ela, quando da necessidade da Agência de trabalhar na Sede.
- **12.2.** A Licitante Adjudicatária deverá manter, à disposição da UFVJM, equipe técnica mínima que obrigatoriamente cumprirá as exigências de formação básica e experiência profissional mínima comprovada, de acordo com o disposto neste Projeto.
- **12.3.** A designação de profissionais da Licitante Adjudicatária, para atuarem na prestação de serviços junto à UFVJM, dependerá de manifestação favorável da Diretoria de Comunicação Social desta Universidade.
- **12.4.** A UFVJM poderá determinar a substituição de profissionais que não tenham desempenho condizente com o esperado ou que venham cometer abusos, apresentar comportamento inadequado ou causar danos ao seu patrimônio ou a terceiros, por meio de comunicação por escrito à Licitante Adjudicatária, que deverá providenciar a substituição imediata do profissional, a contar do recebimento da notificação.
  - **12.4.1.** A substituição consecutiva de profissionais, por ineficiência na execução das atividades objeto deste Projeto Básico, será considerada inexecução parcial do futuro Contrato, ficando a Licitante Adjudicatária sujeita às sanções nele previstas.
- **12.5.** A Licitante Adjudicatária poderá, de acordo com suas necessidades, substituir profissionais da equipe, com a devida autorização da UFVJM e desde que o novo profissional também possua os requisitos definidos neste Projeto Básico.
- **12.6.** A Licitante Adjudicatária deverá manter suporte inerente aos serviços a serem executados, garantindo um serviço de alto padrão, sem nenhum custo adicional para a UFVJM.
- **12.7.** O especificado no subitem acima diz respeito a:
  - gerenciamento de Contrato;
  - gerenciamento de pessoal local e remotamente;
  - controle das atividades desenvolvidas pelos profissionais;
  - treinamento e capacitação de pessoal local e remotamente;
  - gerenciamento de contingência na manutenção da execução ininterrupta dos serviços;
  - gerenciamento e política de segurança a ser adotada pela Licitante Adjudicatária para garantir o cumprimento das sistemáticas de segurança existentes na UFVJM para manter o sigilo e a integridade das informações acessadas pelos profissionais; e,
  - gerenciamento do conhecimento dos serviços executados para o repasse do mesmo em caso de substituição.

## **13- DA JORNADA DE TRABALHO**

**13.1.** Para todos os fins será considerado o cumprimento obrigatório de pelo menos uma semana de trabalho por mês dos profissionais da Agência contratada na UFVJM. Será avaliado o resultado do trabalho e não o tempo de permanência dos profissionais na Universidade, desde que respeitada as 40 horas citadas acima.

#### **14 - DA PROPRIEDADE, DA SEGURANÇA E DO SIGILO**

- **14.1.** A Licitante Adjudicatária deverá obedecer às normas e rotinas da UFVJM, em especial as que disserem respeito à segurança, guarda, manutenção e integridade dos dados, programas e procedimentos físicos de armazenamento e transporte das informações existentes ou geradas durante a execução dos serviços.
- **14.2.** Guardar o mais absoluto sigilo em relação aos dados, informações ou documentos de qualquer natureza a que venham tomar conhecimento, respondendo administrativa, civil e criminalmente por sua indevida divulgação e/ou incorreta ou descuidada utilização.
- **14.3.** Reconhecer, ainda, que como prestadores de serviço por força de um Contrato, sem vinculação direta com as atividades desenvolvidas, que todo e qualquer trabalho realizado ou desenvolvido será de exclusiva propriedade da UFVJM.

#### **15- DAS OBRIGAÇÕES DA LICITANTE ADJUDICATÁRIA**

- **15.1.** Prestar os serviços por meio de pessoal adequadamente qualificado e capacitado para suas atividades, contratados na forma da Lei, com o grau de escolaridade e a experiência compatível com as atividades a serem exercidas, respeitando às exigências estabelecidas neste Projeto Básico, cuja indicação será objeto de aprovação prévia pelo UFVJM.
- **15.2.** Cumprir rigorosamente com todas as programações e atividades inerentes ao objeto do futuro Contrato.
- **15.3.** Manter seus funcionários portando crachás de identificação, do mesmo tipo adotado pela UFVJM, arcando a Licitante Adjudicatária com as despesas de confecção dos mesmos.
- **15.4.** Substituir qualquer empregado em caso de ausência legal ou férias, de maneira a não prejudicar o andamento e a boa execução dos serviços, obedecendo ao estabelecido no subitem **12.5** deste Projeto Básico.
- **15.5.** Levar, imediatamente, ao conhecimento da Diretoria de Comunicação da UFVJM, qualquer fato extraordinário ou anormal que ocorra durante a execução dos serviços, para adoção de medidas cabíveis, bem como, comunicar por escrito e de forma detalhada, todo tipo de acidente que, eventualmente, venha a ocorrer.
- **15.6.** Diligenciar para que seus funcionários ou prepostos tratem os servidores e usuários ocupantes do prédio com atenção e urbanidade.
- **15.7.** Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pela Reitoria da UFVJM, atendendo de imediato as solicitações.
- **15.8.** Prover o pessoal necessário para garantir a execução dos serviços, sem interrupção.
- **15.9.** Substituir, sempre que exigido pela UFVJM, qualquer empregado cuja atuação, permanência e/ou comportamento sejam prejudiciais, inconvenientes, insatisfatórios à disciplina da repartição ou ao interesse do serviço público, ou ainda, incompatíveis com o exercício das funções que lhe forem atribuídas.
- **15.10.** Responder pelos danos causados à UFVJM ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo, quando da execução dos serviços.
- **15.11.** Arcar com despesas decorrentes de qualquer infração, desde que praticada por seus empregados durante a execução dos serviços, ainda que nas dependências da UFVJM
- **15.12.** Responder pelo cumprimento dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal.
- **15.13.** Prestar os serviços dentro dos parâmetros e rotinas estabelecidos, em observância às recomendações aceitas pela boa técnica, normas e legislação.

- **15.14.** Implantar a supervisão permanente dos serviços, de modo adequado e de forma a obter uma operação correta e eficaz.
- **15.15.** Manter suporte inerente aos serviços a serem executados, garantindo um serviço de alto padrão, sem nenhum custo adicional para a UFVJM, conforme especificado no item **12.6**, deste Projeto Básico.
- **15.16.** Atender prontamente quaisquer exigências do representante da Universidade, inerentes ao objeto do futuro Contrato.
- **15.17.** Fornecer, na forma solicitada pela UFVJM, o demonstrativo de utilização dos serviços, objeto do Contrato a ser celebrado.
- **15.18.** Comunicar à UFVJM, por escrito, qualquer anormalidade de caráter urgente e prestar os esclarecimentos julgados necessários.
- **15.19.** Manter, durante toda a execução do futuro Contrato, em compatibilidade com as obrigações a serem assumidas, todas as condições de qualificação, exigidas na respectiva Licitação.
- **15.20.** Assumir a responsabilidade por todos os encargos previdenciários, trabalhistas, fiscais e obrigações sociais previstos na legislação em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, uma vez que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com a UFVJM.
- **15.21.** Assumir, também, a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica de acidentes do trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas seus empregados no desempenho dos serviços ou em conexão com eles, ainda que acontecido em dependências da UFVJM.
- **15.22.** Renunciar, expressamente, a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, para com a UFVJM, haja vista que a inadimplência da Licitante Adjudicatária, com referência aos encargos estabelecidos nas condições anteriores, não transferem a responsabilidade por seu pagamento à UFVJM, nem poderá onerar o objeto do Contrato a ser firmado.
- **15.23.** Obedecer às normas e rotinas da UFVJM, em especial as que disserem respeito à segurança, à guarda, à manutenção e à integridade das informações existentes ou geradas durante a execução dos serviços.
- **15.24.** Guardar o mais absoluto sigilo em relação às informações ou documentos de quaisquer naturezas a que venham tomar conhecimento, respondendo administrativa, civil e criminalmente por sua indevida divulgação e/ou incorreta ou descuidada utilização.
- **15.25.** Reconhecer, como prestador de serviço, por força de Contrato, sem vinculação direta com as atividades desenvolvidas, que todo e qualquer trabalho realizado ou desenvolvido será de exclusiva propriedade da UFVJM.
- **15.26.** Custear as despesas de viagens e hospedagens de seus empregados quando em acompanhamento ao Reitor, dos pró-reitores e ou demais autoridades da UFVJM, conforme estabelece o item **10.2** deste Projeto Básico.
- **15.27.** Custear as despesas de viagem e hospedagem realizadas em decorrência de solicitação da Diretoria de Comunicação da UFVJM, vinculadas à consecução do objeto deste Projeto Básico, nos valores equivalentes aos pagos aos servidores públicos federais, quando em viagem a serviço.

## **16 - DAS OBRIGAÇÕES DA UFVJM**

- **16.1.** Permitir acesso dos empregados da Licitante Adjudicatária às suas dependências para execução dos serviços referentes ao objeto deste Projeto Básico.
- **16.2.** Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pelos empregados da Licitante Adjudicatária.

- **16.3.** Assegurar-se da boa prestação dos serviços, verificando sempre o seu bom desempenho.
- **16.4.** Assegurar-se de que os preços contratados estão compatíveis com aqueles praticados no mercado, pelas demais empresas que executem serviços similares ao objeto deste Projeto Básico, de forma a garantir que sejam mais vantajosos para a UFVJM.
- **16.5.** Fiscalizar o cumprimento das obrigações assumidas pela Licitante Adjudicatária, inclusive quanto à continuidade da prestação dos serviços que, ressalvados os casos de força maior, justificados e aceitos pela UFVJM, não devem ser interrompidas.
- **16.6.** Emitir, por intermédio da Diretoria de Comunicação Social, relatórios sobre os atos referentes à execução do Contrato que vier a ser celebrado, em especial, quanto ao acompanhamento e fiscalização da prestação dos serviços, à exigência de condições estabelecidas e à proposta de aplicação de sanções.
- **16.7.** Disponibilizar as instalações e os equipamentos necessários à prestação dos serviços, objeto deste Projeto Básico.
- **16.8.** Relacionar as dependências das instalações físicas, bem como os bens de sua propriedade colocados à disposição da Licitante Adjudicatária durante a execução dos serviços, com a indicação do estado de conservação.
- **16.9.** Acompanhar e fiscalizar o andamento dos serviços, por intermédio da Comissão de Acompanhamento do Contrato.
- **16.10.** Especificar e estabelecer diretrizes para aceitação dos serviços executados pela Licitante Adjudicatária.
- **16.11.** Proporcionar à Licitante Adjudicatária, sem ônus, os espaços físicos, instalações, equipamentos e meios materiais necessários ao desempenho das atividades exigidas neste Projeto Básico.

## **17 - DA GARANTIA DOS SERVIÇOS**

A Licitante Adjudicatária deverá prestar garantia durante o período de vigência do futuro Contrato, objeto deste Projeto Básico, nos termos do art. 56 da Lei nº 8.666/93, atualizada.

## **18 - DA ESTIMATIVA DE CUSTOS**

**18.1.** Pela prestação dos serviços, objeto deste Projeto Básico, apresentam-se a seguir os valores estimados, com base em pesquisa de preços efetuada junto às empresas que atuam no mercado, que estão arquivados na Diretoria de Comunicação Social da UFVJM, incidindo sobre os mesmos os custos diretos, encargos e todas as demais despesas, ficando claro que nenhum empregado terá vínculo empregatício com a UFVJM, não se transferindo em nenhuma hipótese, para a UFVJM, eventuais ônus decorrentes do inadimplemento de tais obrigações.

**18.2.** As Licitantes deverão formalizar suas propostas levando em consideração que o quantitativo e os valores pagos a título de remuneração das respectivas categorias profissionais deverão obedecer ao estabelecido na legislação específica vigente, ficando, desde já admitidos pela UFVJM os seguintes limites para a prestação dos serviços:

- **18.2.1** até 90% do valor total da verba apresentada pela UFVJM como teto máximo para pagamento de pessoal para o atendimento das demandas da mesma; e
- **18.2.2** cerca de 10% do valor total da verba apresentada para a realização dos serviços, entre os descritos no item 1 e 3 - Do Objeto, deste Projeto Básico, mediante a subcontratação de terceiros, conforme demanda da UFVJM, exceto despesa com pessoal.
- **18.2.2.1** A verba a ser liberada pela UFVJM para a contratação da Agência de Publicidade e Propaganda destina-se à execução das campanhas de comunicação, assim como, o complemento dos esforços de comunicação, através da subcontratação de outras empresas especializadas em diversas áreas, mediante solicitação e autorização da UFVJM. Para todos estes serviços, a Licitante deverá fazer cotação de preços e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver

possibilidade de obtenção das três propostas, a Licitante deverá apresentar as devidas justificativas por escrito.

- **18.2.2.2 A UFVJM se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade das verbas previstas.**
- **18.2.2.3 A UFVJM estabelece o percentual de 10% (dez por cento) como limite máximo de honorário a ser cobrado sobre os serviços descritos no item 18.2.2.1.**

**18.2.3** O quantitativo de profissional por categoria é de responsabilidade da Licitante vencedora, considerando todos os serviços, descritos no item 1 e 3, objeto desta licitação.

## **19 - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

- **19.1.** Os recursos orçamentários necessários ao atendimento das despesas objeto deste Projeto Básico correrão, no presente exercício, à conta do orçamento geral da UFVJM, no Programa de Trabalho e Elemento de Despesa.
- **19.2.** Para os exercícios subsequentes, as respectivas despesas correrão à conta do orçamento específico aprovado por Lei Orçamentária, na mesma ação.

## **20 - DO FATURAMENTO E DO PAGAMENTO**

O pagamento será efetuado, mensalmente, em conformidade com o trabalho desenvolvido e com as horas de serviço efetivamente executadas, cujos quantitativos, definidos mediante ordens de serviços expedidas pela UFVJM, podem variar para mais ou para menos, em relação aos quantitativos estimados em razão das necessidades de serviços, devidamente aceitas e atestadas pela autoridade competente, e, em conformidade com o estabelecido neste Projeto Básico, mediante apresentação da Nota Fiscal de Serviços/Fatura, discriminando os serviços efetivamente executados, acompanhados de relatório mensal das funções desenvolvidas no período.

## **21 - DA FORMALIZAÇÃO E VIGÊNCIA**

A vigência do futuro Contrato será de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante Termo Aditivo, até o limite de 60 (sessenta) meses, nos termos do inciso II, do art. 57, da Lei nº 8.666/93, atualizada.

## **22 - DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO**

**22.1.** Representarão o Ministério no acompanhamento e fiscalização da execução dos serviços, uma Comissão composta de 3 (três) representantes, a saber:

- a) Diretoria de Comunicação Social;
- b) Chefia de Gabinete e,
- c) a definir.

**22.1.1** O representante da Diretoria de Comunicação Social coordenará à Comissão.

**22.2.** A Licitante Adjudicatária indicará um preposto, aceito pela UFVJM, para representá-la administrativamente, sempre que for necessário, durante o período de vigência do futuro Contrato.

## **23 - VALOR DE REFERÊNCIA**

O valor de referência máximo para a contratação da Agência é de **R\$ 216.283,33** de acordo com as propostas e orçamentos em anexo.

Assina:

**Lea Sá Fortes**

**Jornalista – MTb 04.648**

**Diretoria de Comunicação Social**

UFVJM

UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI

CONCORRÊNCIA Nº 002/2010

**ANEXO II**

**Briefing**

1. Dados da Instituição

A UFMG oferece 32 cursos de graduação presenciais distribuídos em três campi: Campus I e Campus JK em Diamantina e Campus Avançado do Mucuri, em Teófilo Otoni e mais quatro cursos na modalidade a distância em sete pólos da UAB. A Universidade conta com aproximadamente 6.000 alunos matriculados e 600 servidores, entre professores e técnicos administrativos e esses números representarão, em meados de 2013, cerca de 9 mil estudantes e 980 servidores.

2. Histórico

Fundada em 30 de setembro de 1953 por Juscelino Kubitschek de Oliveira e federalizada em 17 de dezembro de 1960, a Faculdade Federal de Odontologia de Diamantina (Fafeod) transformou-se em Faculdades Federais Integradas de Diamantina (Fafeid) em 04 de outubro de 2002, que foram elevadas à condição de Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM) em 06 de setembro de 2005, tendo sido publicada a transformação no Diário Oficial da União em 08 de setembro de 2005, através da Lei nº 11.173, de 06 de setembro de 2005.

A mudança Institucional, além de representar a redefinição da organização acadêmica, proporcionou reorientar os cursos oferecidos à grande diversidade cultural existente no Brasil e às novas características do mercado de trabalho, atendendo aos avanços e às novas tecnologias de produção.

A Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri é constituída de três campi, sendo o Campus I e o Campus JK localizados na cidade de Diamantina (MG), abrigando seis faculdades e 23 cursos de graduação (Agronomia, Bacharelado em Ciência e Tecnologia, Bacharelado em Humanidades, Ciências Biológicas, Educação Física, Enfermagem, Engenharia de Alimentos, Engenharia Florestal, Engenharia Mecânica, Engenharia Química, Farmácia, Fisioterapia, Geografia, História, Letras Inglês/Espanhol, Nutrição, Odontologia, Pedagogia, Química, Sistemas de Informação, Turismo e Zootecnia); e o Campus Avançado do Mucuri,



localizado na cidade de Teófilo Otoni (MG), que abriga três faculdades com nove cursos de graduação (Administração, Bacharelado em Ciência e Tecnologia, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas, Engenharia Civil, Engenharia de Produção, Engenharia Hídrica, Matemática e Serviço Social).

Na área de Pesquisa e Pós-Graduação, a UFVJM oferece três cursos de pós-graduação lato sensu (especialização) e seis stricto sensu (mestrado). Além disso, apoia o desenvolvimento de vários programas como PIBIC, BIC Júnior e a ampliação da infra-estrutura para projetos de pesquisa da UFVJM. A instituição possui projetos financiados com recursos captados em agências de fomento e iniciativa privada no valor total de R\$ 16.952.437,09 (2003 - 2009), sendo R\$ 7.420.286,00 em 2009. Abaixo a distribuição do quantitativo de projetos:

- Fapemig - 147 projetos
- CNPq - 23 projetos
- Capes - 10 projetos
- Finep - 10 projetos
- Outras - (Iniciativa Privada: Acesita, Funasa, MEC, Banco do Nordeste, Sada, Plantar) - 17 projetos

Na área de Extensão e Cultura, a UFVJM conta com vários programas e projetos em parceria com a comunidade do Vale do Jequitinhonha e do Mucuri, levando seus conhecimentos até a população, através de ações como o Pró Campo, Programa Sorriso no Campo, Projeto Rondon e muitos outros.

Ao longo de 2009 foram registradas 122 ações de Extensão, sendo: dois programas, 58 projetos, 14 cursos, 43 eventos e cinco prestações de serviços. As ações registradas em anos anteriores e que tiveram continuidade na execução somam 150, sendo: cinco programas, 80 projetos, 15 cursos, 43 eventos e sete prestações de serviços.

O número de participações na execução de ações de Extensão durante o ano de 2009 foi de: 335 docentes, 45 servidores técnico-administrativos, 1.155 discentes e 66 colaboradores externos, atingindo um total de 117.140 beneficiários.

O número de discentes de graduação da UFVJM com bolsa de Extensão chegou a 46 em 2009, sendo que 33 foram concedidas pelo Programa Institucional de Bolsas de Extensão – PIBEX, conforme dados abaixo:

Fonte	2007	2008	2009
FINEP	2	2	1
FAPEMIG	0	3	8

CNPq	0	3	4
PIBEX	0	0	33
Total	2	8	46

No ano de 2009 foram captados por projetos de Extensão da UFVJM um total de R\$ 317.737,95.

Desde a sua criação, a Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri vem desenvolvendo um importante trabalho de ensino, pesquisa e extensão, priorizando sempre a prestação de serviços às comunidades dos vales do Jequitinhonha e do Mucuri.

### 3. Proposta de Comunicação

Assim como a grande maioria das instituições públicas de ensino superior no Brasil, a UFVJM possui hoje uma vital necessidade, por meio de seus sistemas de comunicação, de seus dirigentes e de toda a sua comunidade interna, de organizar, de modo eficiente, a divulgação do conhecimento nela produzido. Saber o que se faz, quem faz e quais são as competências de seus integrantes é parte do esforço de todas as organizações no mundo contemporâneo.

Por meio de sua missão: “PRODUZIR E DISSEMINAR O CONHECIMENTO E A INOVAÇÃO INTEGRANDO O ENSINO, A PESQUISA E A EXTENSÃO COMO PROPULSORES DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL E NACIONAL”, a UFVJM define sua identidade e seu papel no diálogo com os públicos interno e externo e com os meios de comunicação.

Comunicar a partir de uma instituição pública pressupõe compartilhar regras e valores expressos pela sociedade. E isso é válido para todos os membros da comunidade universitária, quaisquer que sejam o papel, a função ou o cargo que ocupem na instituição. É preciso informar.

#### 4. Problema Específico de Comunicação

1 - Para que haja a articulação da UFVJM frente a outras universidades brasileiras e estrangeiras, a órgãos públicos e privados, visando novos convênios, é necessário ter em mãos um bom material de divulgação de âmbito institucional. Esse material deve ser de caráter informativo, institucional, de leitura agradável e visual agradável;

2 – Em se tratando de um órgão público federativo, a UFVJM necessita comunicar de forma transparente toda novidade referente à instituição. Essa necessidade é também de seu interesse, partindo da idéia de que é preciso comunicar e informar o público alvo sobre os benefícios e vantagens oferecidos pela instituição não só para a formação de profissionais, mas, como também para as populações das regiões onde está inserida. Os convênios e parcerias exteriores agregam status à marca da Universidade e isso deve ser comunicado à sociedade de maneira providencial e oportuna.

3 - A Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri deseja que haja um diálogo interativo entre ela e os seus mais diversos públicos, onde questiona não somente “como chegaremos aos nossos clientes”, mas também, “como nossos clientes chegarão até nós?”. Com certeza, há pressupostos diferentes na missão de uma Instituição de Ensino Superior pública e de uma privada, mas comunicar-se bem com os seus públicos e com a sociedade, buscar parcerias e gerenciar a sua imagem é uma necessidade imperiosa nos novos tempos, da qual nenhuma organização pode se privar.

#### 5 – Objetivo da Demanda

Contratar uma Agência de Publicidade e Propaganda para o desenvolvimento de estratégias de marketing e comunicação para a Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), visando ao posicionamento e fortalecimento da marca, ao desenvolvimento de mercado para a captação de novos alunos, bem como à veiculação, à negociação, ao acompanhamento, ao checking, ao planejamento de mídia e aos demais serviços inerentes à atividade publicitária, e, principalmente, ao atendimento de todas as demandas de comunicação junto aos públicos da UFVJM em suas campanhas de processos seletivos para os próximos dois anos.

#### 6 – Objetivos de Comunicação

- Consolidar e ampliar a imagem da UFVJM, enquanto instituição de grande importância

no cenário regional e nacional, assim como de seus dirigentes, professores, alunos e técnico-administrativos, todos preparados para enfrentar um mercado cada vez mais competitivo; utilizando como base a qualidade dos serviços prestados à comunidade, além do gabarito das pessoas aqui representadas; - Aquecer as relações com o público, não apenas com os profissionais das áreas do conhecimento existentes, mas também com a comunidade acadêmica e a opinião pública em geral, utilizando a imprensa como mediadora e geradora de expectativas; - Otimizar e aquecer as relações da UFVJM com os formadores de opinião, com o objetivo de transformá-la em fonte de informação segura e permanente em suas áreas de atuação.

Tornar o público-alvo conhecedor do que é a UFVJM hoje; sua estrutura, seus objetivos, sua política e sua posição no Sistema Governamental; suas ações e projetos em desenvolvimento, bem como os seus respectivos resultados; dos serviços e produtos que a UFVJM oferece; de que a gestão atual se preocupa e age no sentido de que a instituição UFVJM é agora uma Universidade de fato.

#### 7 – Público-Alvo

- Servidores técnicos-administrativos e docentes
- Alunos da UFVJM
- Comunidades local, regional, estadual e nacional
- Imprensa
- Comunidade MEC
- Empresas e instituições ligadas direta ou indiretamente à UFVJM

**UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI**

**CONCORRÊNCIA Nº 002/2010**

**ANEXO III**

**PLANILHA DE PREÇO DA PROPOSTA**

**ITEM 1: Pagamento de pessoal para o atendimento das demandas do Ministério:**

ITEM	DISCRIMINAÇÃO / PERFIL	Nº H/H ESTIMADO (MÊS)	VALOR REFERÊNCIA DA H/H, SEM ENCARGOS	VALOR REFERÊNCIA DOS SALÁRIOS MENSALS, SEM ENCARGOS	CUSTO H/H PROPOSTO, SEM ENCARGOS (MÊS)	PREÇO ANUAL COM ENCARGOS (*)
1	Publicitário					
2	Profissional criação					
3	Jornalista					
<b>VALOR TOTAL --&gt;</b>						

(\*) Total transferido das Planilhas de Custo e Formação de Preços - Anexo III-A de cada uma das categorias/perfil

**PREÇO ANUAL TOTAL DO ITEM 1: R\$ ..... (.....)**

**ITEM 2: Honorários a serem cobrados sobre os serviços descritos no Item 1 – Do Objeto, a serem subcontratados, conforme demanda e autorização da UFVJM:**

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	VERBA ESTIMADA	% DE HONORÁRIO (**)	VALOR DO HONORÁRIO	VALOR TOTAL
1	Sub-contratações				

(\*\*) valor máximo limitado a 10%

**PREÇO ANUAL TOTAL DO ITEM 2: R\$ ..... (.....)**

**VALOR GLOBAL DA PROPOSTA (ITEM 1 + ITEM 2): R\$ ..... (.....)**

\_\_\_\_\_  
 Nome e assinatura do representante da pessoa jurídica  
 (número do CPF e Identidade do Declarante)  
 Empresa

**PROPONENTE:**

**DADOS DA PROPONENTE**

**NOME:** \_\_\_\_\_

**RAZÃO SOCIAL:** \_\_\_\_\_

**Nº DO CNPJ/MF:** \_\_\_\_\_

**ENDEREÇO COMPLETO:** \_\_\_\_\_

**TELEFONES:** \_\_\_\_\_ **E-MAIL:** \_\_\_\_\_

**VALIDADE DA PROPOSTA (NÃO INFERIOR A 60 DIAS):**

UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHAE MUCURI

CONCORRÊNCIA Nº 002/2010

ANEXO III-A  
MODELO DE PLANILHA DE CUSTOS E FORMAÇÃO DOS PREÇOS

CATEGORIA/PERFIL: \_\_\_\_\_ QUANT. HORAS: \_\_\_\_\_

PLANILHA DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS PARA SERVIÇOS DE TRABALHADOR BRAÇAL

	Nº Processo	
	Licitação Nº	

Dia \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ às \_\_\_:\_\_\_ horas

Discriminação dos Serviços (dados referentes à contratação)

A	Data de apresentação da proposta (dia/mês/ano)	
B	Município/UF	
C	Ano Acordo, Convenção ou Sentença Normativa em Dissídio Coletivo	
D	Tipo de serviço	
E	Unidade de medida	
F	Quantidade ( <i>total</i> ) a contratar (em função da unidade de medida)	
G	Nº de meses de execução contratual	

**Anexo III-A – Mão-de-obra**

Módulo de Mão-de-obra vinculada à execução contratual

**Unidade de medida – tipos e quantidades**

1	Tipo de serviço (mesmo serviço com características distintas)	Quantidade
-		
-		

**Dados complementares para composição dos custos referente à mão-de-obra**

2	Salário mínimo oficial vigente	
3	Categoria profissional (vinculada à execução contratual)	
4	Data base da categoria (dia/mês/ano)	

*Nota: Deverão ser informados os valores unitários por empregado.*

<b>I</b>	<b>Remuneração</b>	<b>%</b>	<b>Valor (R\$)</b>
A	Salário		
B	Adicional Noturno		
C	Adicional Periculosidade		
D	Adicional Insalubridade		
E	Outros (especificar)		
	<b>Total de Remuneração</b>		

<b>III</b>	<b>Insumos de Mão-de-obra(*)</b>	<b>Valor (R\$)</b>
A	Transporte	
B	Auxílio alimentação (Vales, cesta básica etc.)	
C	Uniformes/equipamentos	
D	Assistência médica	
E	Seguro de vida	
F	Treinamento/Capacitação/ Reciclagem	
G	Auxílio funeral	
H	Outros (especificar)	
	<b>Total de Insumos de Mão-de-obra</b>	

*Nota (\*): o valor informado deverá ser o custo real do insumo (descontado o valor eventualmente pago pelo empregado).*

**Anexo III-B**



## Quadro com Detalhamento de Encargos Sociais e Trabalhistas

Grupo "A":

01 - INSS (\_\_\_\_%)R\$

02 - SESI ou SESC (\_\_\_\_%)R\$

03 - SENAI ou SENAC (\_\_\_\_%)R\$

04 - INCRA (\_\_\_\_%)R\$

05 - salário educação (\_\_\_\_%)R\$

06 - FGTS (\_\_\_\_%)R\$

07 - seguro acidente do trabalho (\_\_\_\_%)R\$

08 - SEBRAE (\_\_\_\_%)R\$

Grupo "B":

09 - férias (\_\_\_\_%)R\$

10 - auxílio doença (\_\_\_\_%)R\$

11 - licença maternidade (\_\_\_\_%)R\$

12 - licença paternidade (\_\_\_\_%)R\$

13 - faltas legais (\_\_\_\_%)R\$

14 - acidente de trabalho (\_\_\_\_%)R\$

15 - aviso prévio (\_\_\_\_%)R\$

16 - 13º salário (\_\_\_\_%)R\$

Grupo "C"

17 - aviso prévio indenizado (\_\_\_\_%)R\$

18 - indenização adicional (\_\_\_\_%)R\$

19 - indenização (rescisões sem justa causa) (\_\_\_\_%)R\$

Grupo "D":

20 - incidência dos encargos do grupo "A"  
sobre os itens do grupo "B" (\_\_\_\_%)R\$

21 - incidência dos encargos do grupo "A"  
sobre o item 17 do Grupo "C" ( \_\_\_\_ %) R\$

VALOR DOS ENCARGOS SOCIAIS -

R\$ \_\_\_\_\_,\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ) ( \_\_\_\_%)

VALOR DA MÃO-DE-OBRA (Remuneração + Reserva Técnica + Encargos Sociais):

R\$ \_\_\_\_\_,\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ).

### Anexo III-C – Demais Custos

#### Módulo: Demais componentes

	<b>Demais Componentes</b>	<b>%</b>	<b>Valor</b>
A	Despesas Operacionais/administrativas		
B	Lucro		
	<b>Total de Demais Componentes</b>		

#### Módulo: Tributos

	<b>Tributos</b>	<b>%</b>	<b>Valor</b>
A	Tributos Federais (exceto IRPJ e CSLL)		
	(especificar)		
B	Tributos Estaduais/Municipais		
	(especificar)		
C	Outros tributos		
	(especificar)		
	<b>Total de Tributos</b>		

Nota: O valor referente a tributos é obtido aplicando-se o percentual sobre o valor do faturamento.

### Anexo III-D – Quadros-resumo

#### Quadro-resumo da Remuneração da Mão de Obra

<b>I</b>	<b>Mão-de-obra vinculada à execução contratual (valor por empregado)</b>	<b>Valor unit. (R\$)</b>
A	Remuneração	
B	Encargos sociais	%
C	Insumos de mão-de-obra	
D	Subtotal	
E	Reserva técnica	%

	<b>Total de Mão-de-obra</b>		
--	-----------------------------	--	--

Nota: (1)  $D = A + B + C$

(2) O valor da Reserva técnica é obtido multiplicando-se o percentual sobre o subtotal da mão-de-obra principal.

**ANEXO III-E – Complemento dos serviços de trabalhador braçal**

**I - VALOR MENSAL DOS SERVIÇOS**

ESCALA DE TRABALHO	PREÇO mensal	N.º de funcionários	de subtotal
TOTAL			

II – VALOR GLOBAL DA PROPOSTA R\$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)  
 (Valor mensal dos serviços x nº de meses de execução contratual)

\_\_\_\_\_  
Local e Data

\_\_\_\_\_  
Assinatura e Carimbo da Empresa

**UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI**

**CONCORRÊNCIA Nº 002/2010**

**ANEXO IV**

**MINUTA DO CONTRATO**

**CONTRATO UFVJM/Nº            /2010**

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS,  
QUE ENTRE SI CELEBRAM A UNIVERSIDADE  
FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E  
MUCURI – UFVJM E A EMPRESA  
....., PARA PRESTAÇÃO  
DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.**

A **Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri**, autarquia federal de direito público, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 16.888.315/0001-57, com sede na Rua da Glória, 187 – Centro, Diamantina (MG), doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representada por seu Reitor, Prof. Pedro Angelo Almeida Abreu, portador da Carteira de Identidade/RG nº \_\_\_\_\_, expedida pela SSPP/MG e CPF nº \_\_\_\_\_, e a Empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ/MF sob o nº \_\_\_\_\_, Inscrição Estadual nº \_\_\_\_\_, estabelecida \_\_\_\_\_, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por seu \_\_\_\_\_(cargo)\_\_\_\_\_, Senhor \_\_\_\_\_, portador da Carteira de Identidade/RG nº \_\_\_\_\_, expedida pela SSP/\_\_\_ e CPF nº \_\_\_\_\_, residente e domiciliado \_\_\_\_\_ resilvem celebrar o presente Contrato de Prestação de Serviços, analisado e aprovado pela Procuradoria Geral Federal, em conformidade com o que consta do **Processo nº 23086.000431/2010-59**, referente à Concorrência nº 002/2010, sujeitando-se as partes às disposições da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e suas posteriores alterações, Lei 12.232, de 29 abril de 2010, dos Decretos nº 93.872, de 23/12/86, nº 2.272, de 07/7/97, nº 3.722, de 09/01/01, com as alterações do Decreto nº 4.485, de 25/11/02 e nº 4.799, de 04/8/03, mediante as Cláusulas e condições seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO**

Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade que será executado em estrita conformidade com o estabelecido no instrumento convocatório da Concorrência 002/2010, as condições e especificações constantes deste instrumento contratual.

**CLÁUSULA SEGUNDA – DA VINCULAÇÃO**

Este Contrato guarda conformidade com o Edital de Concorrência nº 002/2010, vinculando-se a ele e, ainda, ao Projeto Básico (Anexo I), à Proposta de Preços da **CONTRATADA**, à Nota de Empenho e demais documentos constantes do Processo nº 23086.000431/2010-59 que, independentemente de transcrição, fazem parte integrante e complementar deste Instrumento.

## CLÁUSULA TERCEIRA – DOS SERVIÇOS

Os serviços a serem prestados, pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE**, compreendem:

- 1) Elaborar relatório que descreva a atual situação da **CONTRATANTE** em relação à sua área de Comunicação Social, analisando pontos fortes e fracos, bem como, indicando soluções para o seu aprimoramento;
- 2) Elaborar estudo e planejamento que viabilize a concepção e a execução do Plano de Comunicação da **CONTRATANTE**, sob a supervisão da Diretoria de Comunicação Social – DICOM/UFVJM;
- 3) Criar um Manual de Identidade Visual (MIV) que indique as formas adequadas de utilização da nova identidade visual da **CONTRATANTE**. O MIV consiste em....;
- 4) Elaborar a sinalização interna e externa nos diversos *campi* da **CONTRATANTE** (Diamantina, Teófilo Otoni, Couto Magalhães de Minas e Curvelo);
- 5) Criar uma revista institucional anual, em versão bilíngue, com toda a produção da **CONTRATANTE** no que diz respeito às atividades de ensino, pesquisa e extensão;
- 6) Reformular o *layout do website* da UFVJM com o desenvolvimento de *hot sites*, aprimorando e ampliando suas inserções nos diversos *sites* de busca presentes na Rede Mundial de Computadores (internet);
- 7) Criar campanhas publicitárias na Internet com inserção de *banners* em sites patrocinados;
- 8) Criar campanhas visando à apresentação, fixação e fortalecimento da marca UFVJM, utilizando recursos de comunicação, tais como empena, *folders*, cartazes, *popcards*, *outdoors*, *jingles*, *spots* de rádio, *videotape* (VT), calendários, blocos de anotações, além de outros recursos não elencados;
- 9) Criar um programa que busque a inclusão social e cultural da comunidade externa que conforme orientação da DICOM/UFVJM e órgãos afins;
- 10) Implementar ações de *endomarketing* como forma de incentivar o relacionamento entre os servidores docentes e técnicos administrativos;
- 11) Produzir um vídeo institucional que apresente as ações da **CONTRATANTE**, sua infraestrutura nos *campus*, seus projetos relevantes em execução, etc., sob a orientação da DICOM/UFVJM;
- 12) Criar peças (definir) para cada curso de graduação, sob orientação da DICOM/UFVJM;
- 13) Criar peças publicitárias, como *folder*, cartaz e catálogo destinados aos cursos de graduação, pós-graduação *Lato e Stricto Sensu* e atividades de extensão, assim como, reformulação das *home pages* dos referidos cursos;
- 14) Criar a grife “UFVJM”, sob a orientação da DICOM/UFVJM;
- 15) Criar campanhas publicitárias para os processos seletivos dos cursos de graduação sob orientação da COPESE/UFVJM (duas ao ano);
- 16) Elaborar os planos de mídia da **CONTRATANTE** sob orientação da DICOM/UFVJM;
- 17) Criar um Relatório de Gestão, com o intuito de divulgar todas as ações realizadas pela atual gestão, quando do seu término;

**PARAGRAFO PRIMEIRO.** Todos os produtos criados pela **CONTRATADA** concernentes aos serviços previstos no *caput* deste artigo, além de outros advindos do presente instrumento

contratual, terão seus direitos autorais automaticamente transferidos para a **CONTRATANTE**, por força deste Contrato.

**PARÁGRAFO SEGUNDO.** As despesas referentes aos serviços e materiais a serem contratados e/ou adquiridos por outros fornecedores estranhos ao presente instrumento, deverão ser submetidos a um processo de cotação de preços, através da apresentação de orçamentos junto a fornecedores cadastrados no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF ou por indicação da **CONTRATADA**.

**PARAGRAFO TERCEIRO.** Para a contratação de terceiros deverá ser realizado um levantamento de preços através de orçamentos de serviços inerentes à publicidade, tais como veículos de comunicação, produção de filmes, *spots* de rádio, discos, clichês, matrizes, composições, estéreos, fotolitos, impressos, fotografias, cachês, arte-final, *slides*, pesquisas de mercado, entre outros. Tais serviços deverão ser contratados pela **CONTRATADA**, em nome da **CONTRATANTE**, sendo aquela responsável pela avaliação da qualidade dos produtos e obtenção de orçamentos com a melhor relação de custo-benefício para o anunciante. Os custos desses serviços deverão estar incluídos no montante de recursos estipulado pela **CONTRATANTE** e deverão ser previamente aprovados pela mesma.

**PARAGRAFO QUARTO.** Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela UFVJM poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do parágrafo terceiro.

**PARAGRAFO QUINTO.** Para a contratação dos serviços descritos no parágrafo terceiro, a **CONTRATADA** deverá apresentar à **CONTRATANTE**, no mínimo, 03 (três) orçamentos em papel timbrado e original, com assinatura do fornecedor, com exceção dos casos, devidamente justificados, em que fique inviabilizado o cumprimento dessa exigência, obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

**PARAGRAFO SEXTO.** No caso do parágrafo quinto, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da UFVJM, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por centos) do valor do contrato.

**PARAGRAFO SETIMO.** 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 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no parágrafo sexto.

**PARAGRAFO OITAVO.** No caso da veiculação através de emissoras de rádio e televisão a **CONTRATADA**, dependendo da situação, se obrigará a apresentar:

- a) nas praças cobertas por serviço de checagem – Relatório de checagem emitidos por empresa terceirizada;
- b) nas praças não cobertas por serviço de checagem – Comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação; ou declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, na qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação. Esta declaração deverá ter firma reconhecida por cartório de notas.

**PARAGRAFO NONO.** As agências de propaganda não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da **CONTRATANTE**, preterindo veículos de divulgação que

não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

**PARAGRAFO DECIMO.** O desrespeito ao disposto no paragrafo anterior constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no art. 87 da Lei 8.666/93.

#### **CLÁUSULA QUARTA – ESPECIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS**

Para execução dos serviços objeto deste Contrato, a **CONTRATADA** deverá possuir profissionais qualificados em número suficiente a fim de desenvolver as atividades relacionadas na Cláusula Terceira, os quais deverão possuir o perfil descrito abaixo:

**Publicitário:** Profissional graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda e/ou especialização em alguma área de Comunicação ou Marketing, com, no mínimo, 05 (cinco) anos de atuação comprovada na área, com experiência em coordenação de assessoria de comunicação de grande porte, especialmente no setor público e em agências, tendo atuado como coordenador de campanhas publicitárias. Esse profissional precisa ter habilidade para elaboração de projetos, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, gerenciamento de campanhas e execução de ações atinentes ao planejamento de comunicação.

**Profissional de Criação:** Profissional com formação na área de Comunicação e/ou áreas correlatas, com, no mínimo, 04 (quatro) anos de experiência em criação de peças publicitárias para diferentes mídias, como TV, Rádio, Jornal, Revista, Internet, *outdoors* e empenas. Comprovação do conjunto de trabalhos realizados pelo profissional, através da apresentação de portfólio, contendo no mínimo 10 (dez) e no máximo 12 (doze) peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em DVD e os *spots* e *jingles* em CDs.

**Jornalista:** Profissional formado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, com, no mínimo, 04 (quatro) anos de atuação comprovada na área, com passagem por veículos da imprensa nacional, com experiência em edição de texto, inclusive para Internet e Rádio/TV.

**PARAGRAFO PRIMEIRO.** Os profissionais cujos currículos foram apresentados para efeito de participação e pontuação, na licitação, deverá estar diretamente envolvido na execução dos serviços.

**PARAGRAFO SEGUNDO.** Caso haja necessidade de substituição dos profissionais esta deverá ocorrer nos termos do art. 30, § 10 da Lei 8.666/93.

#### **CLÁUSULA QUINTA – DA EXECUÇÃO E DO LOCAL**

As atividades necessárias à execução do objeto do presente Contrato poderão ser executadas em espaços físicos e instalações da **CONTRATANTE** localizado em Diamantina/MG ou em locais diversos determinados pela mesma, quando houver a necessidade da **CONTRATADA** de trabalhar na Sede.

**PARAGRAFO PRIMEIRO.** No caso das atividades a serem executadas pela equipe técnica referenciada no item 6.2 do Projeto Básico, as mesmas poderão ser desenvolvidas nas dependências da **CONTRATANTE**.

**PARAGRAFO SEGUNDO.** A critério da **CONTRATANTE**, poderá ser solicitado o deslocamento dos profissionais para executarem os serviços em locais diversos da sede, dentro do município, para acompanhar o reitor, pró-reitores e/ou assessores.

**PARAGRAFO TERCEIRO.** A critério da **CONTRATANTE**, eventualmente, poderá ocorrer deslocamentos dos profissionais para outros municípios do Estado de Minas Gerais. Nessa hipótese, a **CONTRATADA** proverá as despesas referentes aos meios de deslocamento, alimentação e hospedagem dos funcionários designados.

**PARAGRAFO QUARTO.** A **CONTRATADA** deverá disponibilizar equipe técnica responsável pela interlocução com outros setores afins da **CONTRATANTE**, em qualquer de seus *campi*..

**PARAGRAFO QUINTO.** A prestação dos serviços será de, pelo menos, uma semana por mês, na Sede da **CONTRATANTE**, em horário compatível com o expediente de funcionamento da Universidade, sob a coordenação da Comissão de Acompanhamento da DICOM/UFVJM. Excepcionalmente, a **CONTRATANTE** poderá solicitar a prestação dos serviços em dias e horários, em que não haja expediente, para atender a realização de programas institucionais específicos.

**PARAGRAFO SEXTO.** Durante o período semanal em que os funcionários da **CONTRATADA** estiverem à disposição na Sede da **CONTRATANTE** ou em outro local designado pela DICOM/UFVJM para realização dos serviços descritos nos parágrafos anteriores, o critério a ser utilizado para aferição de produção será o resultado do trabalho e não o tempo de permanência dos profissionais no(s) local(s) de trabalho.

**PARAGRAFO SÉTIMO.** A **CONTRATANTE** poderá solicitar a substituição dos profissionais que não apresentarem desempenho profissional condizente com o acordado, ineficiência ou que venham apresentar comportamento inadequado, a seu critério, ou causar danos ao seu patrimônio ou de terceiros, por meio de comunicação expressa à **CONTRATANTE** que, imediatamente após o recebimento da notificação, deverá providenciar a substituição do profissional.

**PARÁGRAFO OITAVO.** As reiteradas substituições efetuadas pelos motivos previstos no parágrafo anterior serão consideradas como inexecução parcial do Contrato, ficando a **CONTRATADA** sujeita às sanções nele previstas.

**PARAGRAFO NONO.** A **CONTRATADA** poderá, de acordo com suas necessidades e com a devida autorização da **CONTRATANTE**, substituir profissionais da equipe, desde que o novo profissional também possua os requisitos definidos no presente instrumento.

**PARAGRAFO DECIMO.** A **CONTRATADA**, durante a vigência deste Contrato, deverá manter suporte adequado através de seus profissionais, imprescindível aos serviços a serem executados, garantindo um serviço de alto padrão, sem nenhum custo adicional para a **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO.** O suporte especificado no parágrafo anterior refere-se ao gerenciamento de contrato, gerenciamento de pessoal presencial e remoto, controle das atividades desenvolvidas pelos profissionais, treinamento e capacitação de pessoal presencial e remoto; gerenciamento de contingência de pessoal visando à manutenção e a execução ininterrupta dos serviços; gerenciamento e política de segurança a ser adotada pela **CONTRATADA** para garantir o cumprimento das sistemáticas de segurança existentes na **CONTRATANTE** para manter o



sigilo e a integridade das informações acessadas pelos profissionais; e, gerenciamento do conhecimento dos serviços executados para o repasse do mesmo em caso de substituição.

## **CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

Caberá à **CONTRATADA**:

- 1) prestar os serviços acordados por meio de pessoal adequadamente qualificado e capacitado para suas atividades, contratados na forma da Lei, com o grau de escolaridade e experiência compatíveis com as atividades a serem exercidas, respeitadas as exigências estabelecidas no Projeto Básico, cuja indicação será objeto de aprovação prévia pela **CONTRATANTE**;
- 2) cumprir rigorosamente com todas as programações e atividades inerentes ao objeto do Contrato;
- 3) manter seus funcionários portando crachás de identificação, do mesmo tipo adotado pela **CONTRATANTE**, arcando com as despesas de confecção dos mesmos;
- 4) substituir qualquer funcionário em caso de ausência legal ou férias, de maneira a não prejudicar o andamento e a boa execução dos serviços, obedecendo ao estabelecido no subitem **12.5** do Projeto Básico;
- 5) levar imediatamente ao conhecimento da **CONTRATANTE**, qualquer fato extraordinário ou anormal que ocorra durante a execução dos serviços, para adoção de medidas cabíveis, bem como, comunicar por escrito e de forma detalhada, todo tipo de acidente que, eventualmente, venha a ocorrer;
- 6) diligenciar para que seus funcionários ou prepostos tratem os servidores e usuários ocupantes das dependências da **CONTRATANTE** com atenção, presteza e urbanidade.
- 7) prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pela **CONTRATANTE**, atendendo de imediato tais solicitações;
- 8) prover os recursos humanos necessários para garantir a execução dos serviços, sem interrupção;
- 9) substituir o funcionário cujo comportamento seja prejudicial, inconveniente ou insatisfatório à disciplina da Universidade ou ao interesse do serviço público ou, ainda, incompatíveis com o exercício das atribuições que lhe forem atribuídas;
- 10) responder pelos danos causados à **CONTRATANTE** ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo, quando da execução dos serviços;
- 11) arcar com despesas decorrentes de qualquer infração, desde que praticada por seus funcionários, durante a execução dos serviços, ainda que nas dependências da **CONTRATANTE**;
- 12) responder pelo cumprimento dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal;
- 13) prestar os serviços dentro dos parâmetros e rotinas estabelecidos, em observância às recomendações aceitas pela boa técnica, normas e legislação;
- 14) implantar a supervisão permanente dos serviços, de modo adequado e de forma a obter uma operação correta e eficaz;

- 15) manter suporte inerente aos serviços a serem executados, garantindo um serviço de alto padrão, sem nenhum custo adicional para a **CONTRATANTE**, conforme especificado no item **12.6**, do Projeto Básico;
- 16) atender prontamente quaisquer exigências do representante da Universidade, inerentes ao objeto deste Contrato;
- 17) fornecer prontamente, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, o demonstrativo de execução dos serviços, objeto deste Contrato;
- 18) comunicar expressamente à **CONTRATANTE**, qualquer anormalidade de caráter urgente e prestar os esclarecimentos julgados necessários;
- 19) manter, durante toda a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações a serem assumidas, todas as condições de qualificação e habilitação, exigidas no Edital de Licitação.
- 20) assumir a responsabilidade por todos os encargos previdenciários, trabalhistas, fiscais e obrigações sociais previstos na legislação em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, uma vez que os seus funcionários não manterão qualquer vínculo empregatício com a **CONTRATANTE**;
- 21) assumir a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica sobre acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas seus funcionários no desempenho dos serviços ou em conexão com eles, ainda que ocorrido nas dependências da **CONTRATANTE**;
- 22) renunciar expressamente a qualquer vínculo de solidariedade ativa ou passiva para com a **CONTRATANTE**, haja vista que a inadimplência da **CONTRATADA** com referência aos encargos estabelecidos nas condições anteriores não transferem a responsabilidade por seu pagamento à **CONTRATANTE**, nem poderá onerar o objeto do Contrato firmado;
- 23) guardar o mais absoluto sigilo em relação às informações ou documentos de qualquer natureza a que venham a ter acesso, respondendo administrativa, civil e criminalmente por sua indevida divulgação e/ou incorreta ou descuidada utilização;
- 24) obedecer às normas e rotinas da **CONTRATANTE**, em especial as que disserem respeito à segurança, guarda, manutenção e integridade dos dados, programas e procedimento físicos de armazenamento e transporte das informações existentes ou geradas durante a execução dos serviços;
- 25) reconhecer, como prestador de serviço, por força de Contrato, sem vinculação direta com as atividades desenvolvidas, que todo e qualquer trabalho realizado ou desenvolvido será de exclusiva propriedade da **CONTRATANTE**;
- 26) custear as despesas de deslocamento, alimentação e hospedagem de seus funcionários quando em acompanhamento ao reitor, aos pró-reitores e as demais autoridades da **CONTRATANTE**, conforme estabelecido no **item 10.2** do Projeto Básico.
- 27) Custear as despesas de deslocamento, alimentação e hospedagem realizadas em decorrência de solicitação da DICOM/UFVJM, vinculadas à consecução do objeto Projeto Básico, nos valores equivalentes aos pagos aos servidores públicos federais, quando em viagem a serviço.

## **CLÁUSULA SÉTIMA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

Caberá à **CONTRATANTE**:

- 1) efetuar os pagamentos mensais devidos à **CONTRATADA**;
- 2) permitir o acesso dos funcionários da **CONTRATADA** às suas dependências para execução dos serviços referentes ao objeto deste Contrato;
- 3) prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pelos funcionários da **CONTRATADA**;
- 4) assegurar-se da boa prestação dos serviços, verificando sempre o seu bom desempenho;
- 5) fiscalizar o cumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, inclusive quanto à continuidade da prestação dos serviços que, ressalvados os casos fortuitos e de força maior, justificados e aceitos pela **CONTRATANTE**, não deverão ser interrompidas;
- 6) emitir, por intermédio da DICOM/UFMG, relatórios sobre os atos relativos à execução deste Contrato, em especial, quanto ao acompanhamento e fiscalização da prestação dos serviços, à exigência de condições estabelecidas e à proposta de aplicação de sanções;
- 7) disponibilizar suas instalações e os equipamentos necessários à prestação dos serviços objeto deste Contrato;
- 8) relacionar as dependências das instalações físicas, bem como os bens de sua propriedade colocados à disposição da **CONTRATADA** durante a execução dos serviços, com a indicação do estado de conservação;
- 9) acompanhar e fiscalizar o andamento dos serviços, por intermédio da Comissão de Acompanhamento deste Contrato;
- 10) especificar e estabelecer diretrizes para aceitação dos serviços executados e/ou produzidos pela **CONTRATADA**;
- 11) proporcionar à **CONTRATADA**, sem ônus, os espaços físicos, instalações, equipamentos e materiais necessários ao desempenho das atividades exigidas neste Contrato.

#### **CLÁUSULA OITAVA – DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO**

A execução deste contrato será acompanhada e fiscalizada pelo servidor(a) \_\_\_\_\_, designado pela Portaria nº \_\_\_\_, de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_, sendo permitida a contratação de terceiros para assisti-lo e subsidiá-lo de informações pertinentes a essa atribuição.

#### **CLÁUSULA NONA – DO VALOR**

O valor global do presente Contrato é de R\$ \_\_\_\_ (\_\_\_\_ reais), estando neles incluídos todos os impostos, fretes, terceirizações e demais encargos incidentes.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA – DO REAJUSTE**

Visando a adequação aos novos preços de mercado, desde que observado o interregno mínimo de um ano, a contar da data da proposta, o preço consignado na Cláusula Nona - Do Valor, poderá ser reajustado, cabendo, à **CONTRATADA**, no escopo de sua solicitação, justificar e comprovar a variação dos componentes dos custos deste Contrato, apresentando inclusive Memória de Cálculo e Planilhas apropriadas para análise e posterior aprovação pelo **CONTRATANTE**.

## **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DOS ACRÉSCIMOS E SUPRESSÕES**

A **CONTRATADA** obriga-se a aceitar, nas mesmas condições contratuais, mediante Termo Aditivo, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, no limite de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor global, inicial, atualizado deste Contrato, de acordo com os §§ 1º e 2º, do art. 65, da Lei nº 8.666/93, atualizada.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

As despesas decorrentes do presente Contrato correrão à conta da **CONTRATANTE**, no Programa de Trabalho: 2146; Natureza da Despesa: 33.90.39, Fonte de Recurso: 0112000000, com emissão de Nota de Empenho pela **CONTRATANTE**, na modalidade “global”.

## **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DO PAGAMENTO**

Os serviços prestados serão faturados e pagos até o 10º (décimo) dia útil do mês subsequente à prestação dos serviços, mensal e consecutivamente, mediante apresentação pela **CONTRATADA** de Relatório de Atividades até o 5º (quinto) dia útil do mês de pagamento, de acordo com o volume de serviços efetivamente executados, o qual deverá ser devidamente conferido e atestado pela Comissão de Acompanhamento do Contrato da DICOM/UFMG. Esta autorizará a **CONTRATADA**, após a conferência da compatibilidade do Relatório de Atividades com os serviços prestados, proceder à emissão da Nota Fiscal/Fatura e posterior pagamento.

**PARAGRAFO PRIMEIRO.** Os custos e as despesas de veiculação apresentados à **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 do relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

**PARAGRAFO SEGUNDO.** Pertencem a **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.

**PARAGRAFO TERCEIRO.** 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 no parágrafo segundo.

**PARAGRAFO QUARTO.** A equação econômico-financeira definida neste contrato, não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no parágrafo terceiro, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

**PARÁGRAFO QUINTO.** Os serviços realizados por terceiros e os honorários pertinentes serão pagos mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com a **CONTRATANTE**, em até 15 (quinze) dias após a realização dos serviços.

**PARÁFRAFO SEXTO.** Os serviços que, comprovadamente, forem considerados não executados ou executados inadequadamente, serão excluídos do valor inicialmente apresentado, não obstando o pagamento dos itens não suprimidos, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis. Os itens

suprimidos, após a sua correta apresentação, serão pagos na forma prevista no *caput* desta Cláusula.

**PARÁGRAFO SETIMO.** Em cumprimento ao disposto no artigo 64, da Lei nº 9.430, de 27/12/1996, e na Instrução Normativa nº 306, de 12 de março de 2003, da Secretaria da Receita Federal – SRF, a **CONTRATANTE** reterá na fonte, o Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e a Contribuição para o PIS/PASEP sobre os pagamentos que efetuar à **CONTRATADA**. Os pagamentos serão efetuados após a verificação da Regularidade Fiscal da **CONTRATADA** no SICAF.

**PARÁGRAFO OITAVO.** O pagamento será creditado em nome da **CONTRATADA**, através de ordem bancária, no Banco \_\_\_\_\_, Agência nº \_\_\_\_\_, Conta Corrente nº \_\_\_\_\_.

**PARÁGRAFO NONO.** A documentação de cobrança não aceita pela **CONTRATANTE** será devolvida à **CONTRATADA** para as devidas correções, com as informações que motivaram sua rejeição pela fiscalização da **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO DECIMO.** A **CONTRATANTE**, sem prejuízo de exercer outras prerrogativas contratuais, poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal de Prestação de Serviços apresentada pela **CONTRATADA**, no todo ou em parte, nos seguintes casos:

- a) execução parcial ou defeituosa dos serviços;
- b) existência de débito da **CONTRATADA** para com a União/UFVJM quer proveniente da execução do presente Contrato ou de obrigações ajustadas em outros contratos;
- c) descumprimento de obrigação contratual, hipótese em que o pagamento ficará retido até que a **CONTRATADA** atenda à cláusula infringida;
- d) descumprimento de obrigações ajustadas com terceiros que, eventualmente, possam prejudicar a execução dos serviços objeto deste Contrato;
- e) paralisação dos serviços por culpa comprovada da **CONTRATADA**.

**PARÁGRAFO DECIMO PRIMEIRO.** Em caso de atraso de pagamento, motivado pela **CONTRATANTE**, o valor a ser pago será atualizado monetariamente desde a data prevista para o pagamento até a do efetivo pagamento, tendo como base a Taxa Referencial *pro rata tempore*, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = \left[ \left( 1 + \frac{TR}{100} \right)^{\frac{N}{30}} - 1 \right] \times VP$$

onde,

**TR** = percentual atribuído à Taxa Referencial;

**EM** = encargos moratórios;

**VP** = valor da parcela a ser paga;

**N** = número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA VIGÊNCIA**

O presente Contrato terá vigência por 12 (doze) meses, a partir da data de sua assinatura, podendo

ser prorrogado, mediante Termo Aditivo, até o limite de 60 (sessenta) meses, após a verificação da real necessidade e desde que haja vantagens para a UFVJM na continuidade deste Contrato, nos termos do inciso II, do art. 57, da Lei nº 8.666/93, atualizada.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA SUBCONTRATAÇÃO**

A **CONTRATADA**, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, poderá fazer a subcontratação parcial dos serviços objeto deste Contrato, nos termos do art. 72, da Lei nº 8.666/83, atualizada.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO.** O permissivo previsto no *caput* desta Cláusula, no que tange à subcontratação, deverá ter anuência da **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO SEGUNDO.** As subcontratações serão de inteira responsabilidade da **CONTRATADA**, não a exonerando das obrigações pactuadas neste Contrato.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS SANÇÕES**

Pela inexecução total ou parcial do objeto deste Contrato ou para as agências que sobrepuserem os planos de incentivo aos interesses da UFVJM, a **CONTRATANTE** poderá, garantido o contraditório e a ampla defesa, aplicar à **CONTRATADA** as seguintes sanções:

**I** - advertência, por escrito;

**II** - multa de **0,3%** (zero vírgula três por cento) por dia de atraso, e por descumprimento das obrigações estabelecidas neste Contrato, até o máximo de **10%** (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, recolhida no prazo, máximo, de **5** (cinco) dias corridos, a contar do recebimento da notificação;

**III** - multa de **10%** (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, no caso de inexecução total ou parcial do objeto contratado, recolhida no prazo, máximo, de **5** (cinco) dias corridos, contados do recebimento da comunicação oficial, sem embargo de indenização dos prejuízos porventura causados ao **CONTRATANTE** pela não execução parcial ou total do Contrato;

**IV** - suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a **CONTRATANTE**, pelo prazo de até 2 (dois) anos, conforme a autoridade competente fixar em função da natureza e da gravidade da falta cometida;

**V** - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a **CONTRATANTE**, 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 a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada no inciso anterior.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO.** As sanções previstas nos incisos **I, IV e V** desta Cláusula poderão ser aplicadas cumulativamente com as dos incisos **II e III**, após contraditório e ampla defesa da **CONTRATADA**, no respectivo processo, no prazo de **5** (cinco) dias úteis.

**PARÁGRAFO SEGUNDO.** Se a multa aplicada for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a **CONTRATADA** pela sua diferença, a qual será descontada dos pagamentos devidos pelo **CONTRATANTE** ou, quando for o caso, cobrada judicialmente.

**PARÁGRAFO TERCEIRO.** As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF, e no

caso de suspensão de licitar, a **CONTRATADA** deverá ser descredenciada por igual período, sem prejuízo das multas previstas no Edital e neste Contrato e das demais cominações legais.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA INEXECUÇÃO E DA RESCISÃO**

A inexecução total ou parcial deste Contrato ensejará a sua rescisão, com as conseqüências contratuais, inclusive o reconhecimento dos direitos da **CONTRATANTE**, conforme disposto nos arts. 77 a 80, da Lei nº 8.666/93.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO.** Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

**PARÁGRAFO SEGUNDO.** A rescisão deste Contrato poderá ser:

- a) determinada por ato unilateral e escrito do **CONTRATANTE** nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII, do art. 78, da Lei nº 8.666/93, atualizada;
- b) amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo da respectiva licitação, desde que haja conveniência para o **CONTRATANTE**;
- c) judicialmente, nos termos da legislação.

**PARÁGRAFO TERCEIRO.** A rescisão, administrativa ou amigável, deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

**PARÁGRAFO QUARTO.** O presente contrato poderá ser denunciado pelo **CONTRATANTE** após decorridos 180 (cento e oitenta) dias de sua vigência, mediante aviso prévio à **CONTRATADA**, com antecedência mínima de 90 (noventa) dias, através de correspondência protocolizada ou por intermédio do Cartório de Registro de Títulos e Documentos.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DA GARANTIA**

A **CONTRATADA** prestou garantia de execução contratual, na modalidade \_\_\_\_\_, no valor de R\$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), correspondente a 5% (cinco por cento) do valor global deste Contrato.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO.** Na hipótese do valor da garantia ser utilizado em pagamento de qualquer obrigação, a **CONTRATADA** obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data de recebimento da notificação.

**PARÁGRAFO SEGUNDO.** O valor da garantia será liberado somente após o término da vigência deste Contrato e desde que a **CONTRATADA** tenha cumprido todas as obrigações contratuais.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DAS ALTERAÇÕES**

O presente Contrato poderá ser alterado, com as devidas justificativas, em qualquer de suas Cláusulas, exceto no tocante ao seu objeto, nos termos do art. 65, da Lei nº 8.666/93.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA – DA PUBLICAÇÃO**

A **CONTRATANTE** providenciará a publicação deste Contrato, por extrato, no Diário Oficial da União, conforme determina o parágrafo único do art. 61, da Lei nº 8.666/93.

## CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo oficial de divulgação.

**PARAGRAFO PRIMEIRO.** As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgados em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantindo o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

**PARAGRAFO SEGUNDO.** As informações sobre valores pagos serão divulgados pelos toais de cada tipo de serviço de fornecedores e por cada meio de divulgação.

**PARAGRAFO TERCEIRO.** As agências contratadas deverão, 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 publicit

## CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DO FORO

Fica eleito o Foro da Justiça Federal, Subseção Judiciária de Sete Lagoas para dirimir quaisquer questões oriundas do presente Contrato, que não possam ser solucionadas administrativamente.

E, assim, por estarem justas e acordadas, as partes firmam o presente Contrato em 3 (três) vias de igual teor e forma, para um só efeito, na presença de 02 (duas) testemunhas, que também o subscrevem.

Diamantina (MG), \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de .

**CONTRATANTE**

**CONTRATADA**

**TESTEMUNHAS:**

\_\_\_\_\_  
**Nome:**

**CPF:**

\_\_\_\_\_  
**Nome:**

**CPF:**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI**

**CONCORRÊNCIA Nº 002/2010**

**ANEXO V**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA**

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído de (Identificação completa da licitante) doravante denominado Licitante, para fins do disposto no item 2.1.1 do Edital da Concorrência 002/2010, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

(a) a proposta apresentada para participar da Concorrência 002/2010 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 Concorrência 002/2010, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

(b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da Concorrência 002/2010 não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da Concorrência 002/2010, 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 Concorrência 002/2010 quanto a participar ou não da referida licitação;

(d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da Concorrência 002/2010 não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da Concorrência 002/2010 antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

(e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da Concorrência 002/2010 não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da UFVJM 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, no âmbito da licitação, com identificação completa)

**UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI**

**CONCORRÊNCIA Nº 002/2010**

**ANEXO VI**

**Formato para apresentação do Plano de Comunicação Publicitária**

O Plano de Comunicação Publicitária deve conter os seguintes itens e formatação:

**- Raciocínio básico**

Como exercício e demonstração de sua qualificação técnica, a Agência deve apresentar um texto de até 05 laudas, em fonte Arial 10, espaçamento 1,5 linha, onde apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da UFVJM, a sua compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios da comunicação a serem enfrentados para a necessidade específica determinada no Briefing.

**- Estratégia de comunicação**

Redação de um texto de até 05 laudas, em fonte Arial 10, espaçamento 1,5 linha, em que a Agência indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas a para a necessidade específica determinada no Briefing.

**Léa Sá Fortes**

**Dicom – UFVJM**

**02 de Junho de 2010**