

RETIFICAÇÃO EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA 11/2017

A **COMISSÃO DE LICITAÇÃO DO CONSELHO REGIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA – CREF2/RS**, comunica a RETIFICAÇÃO do Edital da Concorrência Pública nº 11/2017, ficando alteradas as redações dos itens 10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS; 12. VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS; 2. DA REMUNERAÇÃO DO ANEXO III- MINUTA DO CONTRATO, conforme segue:

ONDE SE LÊ

10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.1. A Subcomissão Técnica referida no art. 10, §1º e segs. da Lei Federal n.º 12.232/10, analisará as Propostas Técnicas das Licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus Anexos.

10.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

10.2.1 Plano de Comunicação Publicitária:

10.2.1.1 Raciocínio Básico: demonstração da compreensão, face ao briefing:

- das funções e do papel do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região perante aos profissionais da área de Educação Física sociedade no Estado do Rio Grande do Sul;
- das atividades mais significativas do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região aos profissionais da área de Educação Física sociedade no Estado do Rio Grande do Sul;
- das características mais significativas da do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região para sua comunicação publicitária.

10.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a adequação do tema e do conceito propostos à natureza do relacionamento entre Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região perante aos profissionais da área de Educação Física sociedade no Estado do Rio Grande do Sul;
- a consistência lógica e a pertinência da defesa apresentada com relação ao tema e ao conceito;

- a capacidade de aproximar a Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região perante aos profissionais da área de Educação Física sociedade no Estado do Rio Grande do Sul; a estruturação da comunicação a ser concretizada face aos objetivos previstos no briefing e a verba disponível para a elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, considerado o prazo fixado (Anexo II).

10.2.1.3 Ideia Criativa:

- sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- sua adequação ao patamar médio cultural do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região perante aos profissionais da área de Educação Física sociedade no Estado do Rio Grande do Sul;
- a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças aos meios de divulgação e à população alvo.

10.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia:

- a demonstração de conhecimento dos hábitos de consumo da população em relação aos meios de divulgação sugeridos;
- a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado;
- a sustentação da mensagem divulgada em meios de massa, através da utilização de mídias alternativas, segmentadas e/ou online.

10.3 A Proposta Técnica é composta de 06 (seis) quesitos, mas apenas serão pontuados os 04 (quatro) quesitos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 60 (sessenta) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

10.3.1 Plano de Comunicação Publicitária:

- Raciocínio Básico: 15 (quinze) pontos, sendo 05 (cinco) pontos, no máximo, atribuídos por subquesito (10.2.1.1);
- Estratégia de Comunicação Publicitária: 15 (quinze) pontos, sendo 05 (cinco) pontos, no máximo, atribuídos por subquesito (10.2.1.2);
- Ideia Criativa: 15 (quinze) pontos, sendo 05 (cinco) pontos, no máximo, atribuídos por subquesito; e
- Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos, sendo 05 (cinco) pontos, no máximo, atribuídos por subquesito.

10.3.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos ao mesmo, por cada membro da Subcomissão Técnica.

10.3.3 A pontuação total de cada licitante corresponderá à soma dos pontos de todos os quesitos.

10.3.4 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 02 (duas) maiores pontuações, observado o disposto nas alíneas “b” e “c” do item 10.4.

10.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que:

- não atender às exigências do presente Edital e de seus Anexos;
- não alcançar, no total, 20 (quarenta) pontos;
- obtiver pontuação zero em quaisquer quesitos ou subquesitos da Proposta Técnica.

10.5 Se houver empate que impossibilite a identificação imediata das 02 (duas) licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos abaixo, observando-se a ordem de indicação:

- Estratégia de Comunicação Publicitária;
- Ideia Criativa;
- Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- Raciocínio básico.

10.5.1 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, em ato público a ser designado pela Comissão Licitação do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região, para o qual serão convocadas todas as licitantes.

10.6 No cálculo da distribuição dos custos para produção e veiculação da campanha a que se refere o Plano de Comunicação Publicitária a licitante utilizará como referencial, uma verba de **249.000,00 (duzentos e quarenta e nove mil reais)** e um período de divulgação constante do contrato.

LEIA-SE

10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.1. A Subcomissão Técnica referida no art. 10, §1º e segs. da Lei Federal n.º 12.232/10, analisará as Propostas Técnicas das Licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus Anexos.

10.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

10.2.1 Plano de Comunicação Publicitária:

10.2.1.1 Raciocínio Básico: demonstração da compreensão, face ao briefing:

A. das funções e do papel do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região perante aos profissionais da área de Educação Física sociedade no Estado do Rio Grande do Sul;

B. das atividades mais significativas do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região aos profissionais da área de Educação Física sociedade no Estado do Rio Grande do Sul;

C. das características mais significativas da do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região para sua comunicação publicitária.

10.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária:

A) a adequação do tema e do conceito propostos à natureza do relacionamento entre Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região perante os profissionais da área de Educação Física sociedade no Estado do Rio Grande do Sul;

B) a consistência lógica e a pertinência da defesa apresentada com relação ao tema e ao conceito;

C) a capacidade de aproximar a Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região perante os profissionais da área de Educação Física sociedade no Estado do Rio Grande do Sul; a estruturação da comunicação a ser concretizada face aos objetivos previstos no briefing e a verba disponível para a elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, considerado o prazo fixado (Anexo II).

10.2.1.3 Ideia Criativa:

A) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

B) sua adequação ao patamar médio cultural do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região perante aos profissionais da área de Educação Física sociedade no Estado do Rio Grande do Sul;

C) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças aos meios de divulgação e à população alvo.

10.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia:

A) a demonstração de conhecimento dos hábitos de consumo da população em relação aos meios de divulgação sugeridos;

B) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado;

C) a sustentação da mensagem divulgada em meios de massa, através da utilização de mídias alternativas, segmentadas e/ou online.

10.3 A Proposta Técnica é composta de 06 (seis) quesitos, e está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

10.3.1 A pontuação das Propostas Técnicas deverá levar em consideração a importância de cada quesito, na seguinte metodologia:

a) Plano de Comunicação Publicitária 60 (sessenta) pontos, sendo:

Raciocínio Básico: 15 (quinze)

Estratégia de Comunicação Publicitária: 15 (quinze)

Ideia Criativa: 15 (quinze)

Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)

b) Capacidade de Atendimento: 20 (vinte) pontos.

c) Repertório: 20 (vinte) pontos.

10.3.3 A pontuação total de cada licitante corresponderá à soma dos pontos de todos os quesitos.

10.3.4 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 02 (duas) maiores pontuações, observado o disposto nas alíneas "b" e "c" do item 10.4. Sendo que apenas uma destas será considerada vencedora, após o julgamento final.

10.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que:

a) não atender às exigências do presente Edital e de seus Anexos;

b) não alcançar, no total, 40 (quarenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em quaisquer quesitos ou subquesitos da Proposta Técnica.

10.5 Se houver empate que impossibilite a identificação imediata das 02 (duas) licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos abaixo, observando-se a ordem de indicação:

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Ideia Criativa;
- c) Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- d) Raciocínio básico.
- e) Capacidade de atendimento

10.5.1 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, em ato público a ser designado pela Comissão Licitação do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região, para o qual serão convocadas todas as licitantes.

10.6 No cálculo da distribuição dos custos para produção e veiculação da campanha a que se refere o Plano de Comunicação Publicitária a licitante utilizará como referencial, uma verba de **80.000,00 (oitenta mil reais), sendo que para o total do contrato será destinado o valor de R\$249.000,0(duzentos e quarenta e nove mil reais)** e um período de divulgação constante do contrato.

ONDE SE LÊ

12. VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1 As Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

12.2 Será desclassificada a Proposta de Preço que apresentar preço baseado em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

12.3 Os quesitos a serem valorados serão os integrantes da Planilha que constitui o Anexo IV, ressalvado que não serão aceitas Propostas de Preços que não atendam aos critérios objetivos preestabelecidos neste Edital e seus Anexos.

12.4 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Licitação do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região considerará o preço por extenso.

12.5 Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras licitantes.

LEIA-SE

12. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

12.1 As Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

12.1 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços da agência, cujo modelo constitui o Anexo IV, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

- a) Desconto inferior a 50% (cinquenta por cento), para os custos internos, de que trata o item “a” do Anexo IV.
- b) Honorários de até 7% (cinco por cento) para os custos externos de que trata o item “b” do Anexo IV.
- c) Honorários de até 7% (cinco por cento) para os custos externos de que trata o item “c” do Anexo IV..
- d) Honorários de até 10% (dez por cento) para os custos externos de que trata o item “d” do Anexo IV.

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

12.2. A pontuação da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir:

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

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços internos previstos no item a do Anexo IV	$P1 = 1,0 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos no item b do Anexo IV	$P2 = 2,0 \times (7,0 - \text{honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos no item c do Anexo IV	$P3 = 2,0 \times (7,0 - \text{honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos no item d do Anexo IV	$P4 = 5,0 \times (10,0 - \text{honorários})$

12.2.2. A pontuação de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida nos itens “a”, “b”, “c” e “d” do Anexo IV, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$.

12.2 Será desclassificada a Proposta de Preço que apresentar preço baseado em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

12.3 Os quesitos a serem valorados serão os integrantes da Planilha que constitui o Anexo IV, ressalvado que não serão aceitas Propostas de Preços que não atendam aos critérios objetivos preestabelecidos neste Edital e seus Anexos.

12.4 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Licitação do Conselho Regional de Educação Física da 2ª Região considerará o preço por extenso.

12.5 Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras licitantes.

ONDE SE LÊ

ANEXO IIII

MINUTA DO CONTRATO - TERMO DE CONTRATO N° LICITAÇÃO POR CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 011/2017

2. REMUNERAÇÃO

2.1 O pagamento da empresa se dará através de% de honorários sobre os serviços e suprimentos externos sobre os serviços devidamente solicitados e aprovados pela contratante.

2.2. O percentual de honorários que a licitante perceberá quando sua responsabilidade se limitar exclusivamente, à contratação do Fornecedor ou ao pagamento do serviço ou suprimento, a ele devido.

3.3. Para os honorários finais deve ser considerado o percentual de desconto que a licitante ofertou sobre os valores constantes da Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, vigente na data de entrega das Propostas, por ocasião da licitação.

LEIA-SE

ANEXO IIII

MINUTA DO CONTRATO - TERMO DE CONTRATO Nº

LICITAÇÃO POR CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 011/2017

2. REMUNERAÇÃO

2.1. Pelos serviços prestados, a AGÊNCIA será remunerada e ressarcida, conforme disposto:

2.1.1. Desconto percentual de (%) no custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, calculado com base na Tabela Referencial de Custos Internos, podendo incidir sobre a Criação, Finalização, Supervisão ou Custo Total, editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do RS – Sinapro-RS, não acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

2.2.2. Honorários percentuais de (%), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da AGÊNCIA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação.

2.2.3. Honorários percentuais de(%) , incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da AGÊNCIA, referentes à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária em consonância com novas tecnologias.

2.2.4 Honorários percentuais de(%) , incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da AGÊNCIA, referentes à produção e execução técnica de peças e/ou material cuja distribuição não proporcione à agência o desconto de agência.

2.3. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela AGÊNCIA.

2.4. Os honorários de que tratam os itens 2.2.1 a 2.2.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da AGÊNCIA.

2.5.. Para os honorários finais deve ser considerado o percentual de desconto que a licitante ofertou sobre os valores constantes da Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, vigente na data de entrega das Propostas, por ocasião da licitação.

Porto Alegre, 06 de junho de 2017.

ELIANA ALVES FLORES
PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO DO CREF2/RS