

**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
SUDESTE DE MINAS GERAIS**

**EDITAL DE LICITAÇÃO
CONVITE Nº 01/2010
PROCESSO Nº 23000.053413/2010-72
TIPO: TÉCNICA E PREÇO**

ABERTURA DO ENVELOPE Nº.1 “PROPOSTA TÉCNICA”:

DIA: 17 DE AGOSTO DE 2010

HORA: 14 (QUATORZE) HORAS. (HORÁRIO DE BRASÍLIA).

LOCAL: AV. FRANCISCO BERNARDINO, 165, SALA 406, CENTRO, JUIZ DE FORA - MG, 36013-100

ABERTURA DO ENVELOPE Nº 2 “PROPOSTA COMERCIAL”:

Após a abertura e julgamento da proposta técnica, havendo renúncia ao prazo para a interposição de recurso, ou em data posterior, a ser comunicada a todos os interessados.

ABERTURA DO ENVELOPE Nº 3 “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”:

Após a abertura e julgamento da proposta técnica, havendo renúncia ao prazo para a interposição de recurso, ou em data posterior, a ser comunicada a todos os interessados.

I - PREÂMBULO

1.1 – O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais, sediado na Av. Francisco Bernardino, 165, Centro, por intermédio de sua Comissão Especial de Licitação, nomeada pela portaria nº 422, de 05 de agosto de 2010, faz saber aos interessados que fará realizar, no dia **17 de AGOSTO de 2010, às 14 horas**, Licitação na modalidade **CONVITE**, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para contratação de contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de criação, planejamento e execução de campanha publicitária para divulgação do processo seletivo 2011, a qual será processada e julgada em conformidade com as disposições das Leis Federais nº.12.232, de 29 de abril de 2010, Lei nº123, de 14 de Dezembro de 2006 e nº.8.666, de 21 de junho de 1993, com suas alterações, e demais especificações contidas neste edital.

II - DO OBJETO

2.1 O objeto desta licitação é a seleção de empresa especializada para prestação de serviços agenciamento de publicidade para prestação de serviços de criação, planejamento e execução de campanha publicitária para divulgação do processo seletivo 2011.

2.2 - O valor estimado dos serviços: R\$ 60.000,00 (Sessenta mil reais).

2.3 Todos os direitos relativos aos produtos abrangidos pelo objeto dessa licitação, pertencerão ao Instituto Federal Sudeste de Minas Gerais.

2.4 A veiculação e/ou exibição pública das peças publicitárias deverão ser expressamente autorizadas pelo IF.

2.5 A Coordenação de Comunicação poderá manter serviço de aferição de custos para avaliar preços praticados.

2.6 - Integram o presente Edital os seguintes documentos:

OR	REF.	DESCRIÇÃO
01	Anexo I	Briefing
02	Anexo II	Carta de Credenciamento
03	Anexo III	Minuta de Contrato
04	Anexo IV	Declaração de inexistência de fatos impeditivos
05	Anexo V	Declaração de Cumprimento do Disposto no art. 7º, XXXIII, CF/88.
06	Anexo VI	Cronograma COPESE
07	Anexo VII	Modelo de Proposta de Preço
08	Anexo VIII	Modelo de Declaração de ME/EPP

III - DA SUBORDINAÇÃO E DOS RECURSOS FINANCEIROS

3.1 - DA SUBORDINAÇÃO

3.1.1 - A presente licitação na modalidade legalmente denominada **CONVITE, TIPO TÉCNICA E PREÇO**, será regida pelas disposições das Leis Federais 12.232, de 29 de abril de 2010 e 8.666, de 21 de junho de 1993, e demais disposições aplicáveis da legislação vigentes, como, também, pelas condições fixadas neste instrumento convocatório.

3.2 - DOS RECURSOS FINANCEIROS

3.2.1 - A despesa resultante desta licitação ocorrerá por conta das seguintes dotações orçamentárias: 339039 - Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica – 33903968 – Serviços de Publicidade e Propaganda. Ficha 08.

IV - DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO

4.1 - Poderão participar desta licitação as empresas que:

4.1.1 - Constituídas sob a forma de agência de publicidade e cujo objetivo social seja consentâneo com o objeto da contratação;

4.1.2 - Atendam às condições deste Edital e apresentem todos os documentos nele exigidos.

4.1.3 - Não estejam sob falência ou concurso de credores, dissolução, liquidação ou hajam sido suspensas de licitar e/ou declaradas inidôneas pela Administração.

4.1.4 - Estejam representadas pelo titular ou representante designado, o qual apresentará sua credencial original, em papel timbrado da empresa, com a respectiva qualificação civil e autorização para a prática dos atos necessários e inerentes ao procedimento.

4.1.5 – ANTES da abertura do envelopes, a empresa deverá apresentar Carta de credenciamento indicando a pessoa que representará a licitante na licitação, com menção expressa de todos os poderes, inclusive para receber intimações, interpor e desistir de interposição de recursos (Anexo II).

V - DOS IMPEDIMENTOS

5.1 - Não poderão participar direta ou indiretamente desta licitação:

5.1.1 - Empresas que estejam cumprindo pena de suspensão para licitar com o Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais, ou tenha sido por ele declarada inidônea;

5.1.2 - Empresas em Consórcio;

5.1.3 - Empresa cujo sócio gerente ou responsável técnico, seja servidor ou dirigente de órgão ou entidade da Administração Pública Federal.

5.1.4 - Não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma empresa licitante.

VI - DA HABILITAÇÃO

6.1 - Para fins de habilitação as empresas apresentarão no dia, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital, os documentos devidamente atualizados, em cópia autenticada em cartório e seguindo a ordem dos itens abaixo:

HABILITAÇÃO JURÍDICA (Lei 8.666/93, art. 28)

6.1.1 - Registro comercial, no caso de empresa individual, ou ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, registrado, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores.

REGULARIDADE FISCAL (Lei 8.666/93, art. 29)

6.1.3 - Prova de regularidade relativa à Seguridade Social (INSS): Certidão Negativa de Débito ou documento equivalente;

6.1.4 - Prova de regularidade junto ao FGTS: Certidão de Regularidade de Situação ou documento equivalente;

6.1.5 - Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, mediante apresentação de Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, fornecida pela Secretaria da Receita Federal ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional.

6.1.6 - Os documentos referente a **Habilitação Jurídica e de Regularidade Fiscal** poderão ser substituídos pelo registro no SICAF, sendo a regularidade fiscal verificada ON-LINE no sistema no ato da abertura da licitação.

QUALIFICAÇÃO TÉCNICA (Lei 12.232, art. 4º)

6.1.7 – Certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme exigência do art. 4º, e § 1º, da lei 12.232, de 29 de abril de 2010.

TRABALHO DE MENORES

6.1.8 - Declaração de cumprimento do disposto no inciso XXXIII, do art. 7º, da Constituição Federal, relativamente à proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos (**Anexo V**).

MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE (LEI 123/2006)

6.1.9 - As microempresas ou empresas de pequeno porte que pretendam usufruir os benefícios previstos no Capítulo V da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, deverão entregar, obrigatoriamente, declaração de que se enquadram nesta categoria jurídica empresarial, e que não se enquadram nas exceções do § 4º do art. 3º, conforme modelo do Anexo (**VIII**)

VII – DATA, HORA E LOCAL DA REUNIÃO DE ABERTURA E JULGAMENTO

7.1 - Os envelopes contendo a documentação e a proposta deverão ser entregues e protocolados até o dia e hora supracitados, no Departamento de Licitações, situada no endereço constante no preâmbulo deste instrumento.

7.2 - Todos os elementos contidos nos envelopes deverão seguir a seqüência do Edital. Aqueles que não forem certidões ou cópias de atos deverão ser digitados com clareza, em papel timbrado, sem emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas.

7.3 - Uma vez entregues os envelopes não serão considerados cancelamentos, retificações, alterações ou acréscimos de novas documentações.

7.4 - Somente serão recebidos os documentos acondicionados nos respectivos envelopes.

VIII – DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1 As propostas técnicas deverão ser apresentadas em 3(três) invólucros distintos: 1 (um) referente ao plano de comunicação publicitária, sem identificação do proponente; 1 (um) referente ao plano de comunicação publicitária, com identificação do proponente, contendo o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes a idéia criativa; e 1(um) contendo informações sobre o proponente.

8.2 As informações suficientes para que os interessados elaborem suas propostas estão estabelecidas no briefing (anexo I).

8.3 O plano de comunicação publicitária sem a identificação de sua autoria deverá ser entregue em envelope pardo, tamanho ofício, antes do início da abertura das propostas, na recepção deste órgão, apenas com as descrições: ENVELOPE N° 1, PROPOSTA TÉCNICA, CONVITE 01/2010, vedada qualquer marca, sinal, etiqueta ou palavra que possibilite a identificação do proponente, sob pena de desclassificação; o plano de comunicação com a identificação deverá ser entregue somente quando solicitado pela comissão.

IX - DA PROPOSTA DE PREÇO

9.1 A PROPOSTA DE PREÇO (anexo VI) deverá vir em envelope separado e será apresentada em papel timbrado do licitante, datilografada, em linguagem clara, sem rasuras, entrelinhas, emendas ou borrões devidamente assinados na última página e rubricados nas demais por quem de direito.

9.1.2 Não se admitirá propostas para os serviços que apresentem preços globais ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos encargos, tendo-se como preços incompatíveis descontos superiores a 50%, com exceção daqueles praticados em caráter excepcional pelos veículos de comunicação de massa.

9.1.3 - A proposta de preço deverá indicar, ainda:

a) O prazo de validade da proposta, que não deverá ser inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data da entrega das propostas;

b) Que os tributos e todos os demais encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato serão de responsabilidade do licitante que vier a ser contratado.

9.1.4 - Serão desclassificadas as propostas que não atenderem as exigências deste Edital;

9.1.5 - Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante, não lhe assistindo o direito de pleitear qualquer alteração dos mesmos, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

9.1.6 - A apresentação da proposta de preço implica na aceitação integral dos termos condições deste Edital.

9.2 - O pagamento pelos serviços de agenciamento se dará na forma das disposições legais aplicáveis à espécie (Lei 4.680/65 e Decreto Federal 57.690/66), obedecidos aos descontos concedidos na proposta de preço e, ainda, o seguinte:

9.2.1 Como regra, os serviços de agenciamento prestados pela agência serão remunerados por comissão, cujo percentual, observadas as normas-padrão da atividade publicitária, incidirá sobre o serviço efetivamente contratado e realizado.

9.2.2 Os Custos dos serviços estarão sujeitos a avaliação prévia da Coordenação de Comunicação e aprovação deste, após comprovação de que o mesmo está de acordo com os valores praticados pelo mercado

9.2.3 - A Coordenação de Comunicação poderá manter serviço de aferição de custos para avaliar os preços praticados.

X – DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

10. O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados com base nos critérios especificados no instrumento convocatório, sob os seguintes procedimentos:

10.1 – DA PROPOSTA TÉCNICA:

10.1.1 – A abertura dos 2(dois) invólucros: o da via não identificada do plano de comunicação, e o das informações relativas ao proponente.

10.1.2 – A análise será individualizada, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no briefing, tudo constando em ata.

10.1.3 – A pontuação dos fatores se fará:

10.1.3.1 - Na avaliação do plano de comunicação publicitária os pontos serão distribuídos de 0(zero) a 60(sessenta), conforme tabela abaixo:

a) raciocínio básico (tópico IX,1,a do briefing)	10 (dez) pontos
b) estratégia de comunicação publicitária (tópico IX,1,b do briefing)	15 (quinze) pontos
c) idéia criativa (tópico IX,1,c do briefing)	20 (vinte) pontos
d) estratégia de mídia e não mídia (tópico IX,1,d do briefing)	15 (quinze) pontos

10.1.3.2 Pela avaliação do conjunto de informações dos proponentes, os pontos serão distribuídos de 0(zero) a 40(quarenta), conforme tabela abaixo:

a) qualificação da empresa (máximo 5 laudas)	15 (quinze) ponto
b) apresentação de portfólio e/ou modelos exemplo (até duas peças de cada) de material publicitário, compreendendo:	25 (vinte e cinco) pontos
b.1)anúncios para jornais e revistas (originais ou reprints no formato A-4)	2 (dois) pontos
b.2) spots ou jingles para rádio (em CD)	8 (oito) pontos
b.3) outdoors e busdoor (reprints no formato A-4)	2 (dois) pontos
b.4) comerciais de TV (em CD ou DVD)	8 (cinco) pontos
b.5) peças gráficas: cartaz, banner, folder, folheto, fly, convite, entre outros	5 (oito) pontos

10.1.4 – A **qualificação da empresa** será avaliada considerando-se: o perfil da mesma com a descrição da estrutura e organização da matriz e, se for o caso, das filiais; e do trabalho e da qualificação das equipes de atendimento, criação e produção gráfica.

10.1.5 - O item **Portfólio** será avaliado pelos critérios de qualidade técnica e artística, clareza, criatividade e versatilidade dos trabalhos.

10.1.6 – na apuração dos resultados, será aberto o invólucro da via identificada, para a identificação da autoria.

10.1.7 - Da classificação das proponentes:

10.1.7.1 – Considerar-se-ão classificadas as Proponentes cujas Propostas Técnicas obtiverem cumulativamente resultado igual ou superior a 70% (setenta por cento) dos pontos previstos nos fatores dos itens 10.1.3.1 e 10.1.3.2.

10.1.8 – Será proclamado o resultado do julgamento da proposta técnica, com a identificação dos proponentes desclassificados e a ordem de classificação, e a abertura de prazos para interposição de recursos.

10.2 DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.2.1 – Somente serão abertos os envelopes com a Proposta de Preços das licitantes classificadas, nos termos do subitem 10.1.7.1.

10.2.2 – A proposta será apresentada sob a forma de desconto, conforme Anexo VI.

10.2.3 – A pontuação sobre os valores atribuídos aos serviços será do seguinte modo:

a) desconto de 1% (um por cento) a 10 (dez por cento).	10 (dez) pontos
b) desconto acima de 10% (dez por cento) a 30% (trinta por cento).	20 (vinte) pontos
c) desconto acima de 30% (trinta por cento) a 50% (cinquenta por cento).	50 (cinquenta) pontos

10.2.4 – A pontuação sobre os descontos atribuídos ao agenciamento será a seguinte:

a) descontos de 10% (dez por cento) a 12% (doze por cento).	10 (dez) pontos
b) descontos acima de 12% (dez por cento) a 15% (doze por cento).	20 (vinte) pontos

10.2.4.1 – O critério de julgamento da proposta comercial será o menor preço, assim considerando o menor percentual médio de pagamento a título de desconto sobre os serviços solicitados.

10.3 - Para o julgamento das propostas, levar-se-á em conta o cumprimento dos requisitos estabelecidos neste ato convocatório e os critérios dispostos em seus Anexos.

10.4 - A Comissão Permanente de Licitação, se julgar necessário, poderá solicitar parecer de profissionais especializados, para orientar-se na sua decisão.

10.5 – A classificação final das concorrentes será considerada, em ordem decrescente de pontuação aferida mediante a aplicação da fórmula seguinte:

Pontuação técnica x 85% + pontuação de preços de serviços x 10% + pontuação de comissão de agenciamento x 5%.
--

a) Pontuação técnica será obtida conforme o item 10.1.7.1.

b) Pontuação de preços será obtida na forma do item 10.2.3.

c) Pontuação de comissão de agenciamento na forma do item 10.2.4.

10.6 - Em caso de empate entre duas ou mais propostas, o desempate far-se-á nos termos no § 2º, do art. 45, da Lei Federal Nº 8.666/93.

10.7 – Convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação, os documentos serão rubricados por pelo menos um membro da Comissão e demais interessados presentes, habilitando-as ou inabilitando-as, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos.

10.8 - Considerar-se-ão inabilitadas as licitantes que não apresentarem os documentos conforme exigências contidas neste Edital.

10.9 – reconhecida a habilitação dos licitantes, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado.

XI – DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO

11.1 - O prazo previsto para a prestação dos serviços, objeto deste edital deverá estar em conformidade como cronograma de atividades da COPESE (Comissão de Processo Seletivo), constantes no Anexo VII deste edital, ficando estabelecido que início das atividades dar-se-á a partir da data da ordem de serviço, que a campanha deverá iniciar no primeiro dia de abertura das inscrições, mesma data em que todo o material publicitário deverá estar disponível para exibição pública.

11.2 **O desenvolvimento dos serviços a serem executados, bem como os respectivos orçamentos, deverão ser previamente submetidos, em forma de proposta, à Coordenação de Comunicação.**

11.3 - Todos os serviços realizados serão documentados com a apresentação da fatura da Contratada acompanhada de fatura dos fornecedores, conforme o caso.

11.4 - Os serviços serão executados pela Contratada com o fornecimento de toda mão-de-obra, material e equipamentos necessários, sendo certo que os originais dos materiais desenvolvidos para execução dos serviços, objeto deste certame, deverão ser entregues a Contratante, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica. Os materiais constantes deste item ficarão arquivados na empresa contratada à disposição do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais

XII - ASSINATURA DO CONTRATO

12.1 - A licitante vencedora do certame terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados após a notificação para comparecer à sede da reitoria do IF Sudeste de Minas Gerais, para assinar o contrato.

12.2 – Na hipótese de adjudicatária deixar de assinar o contrato no prazo fixado, estará precluso seu direito à contratação, salvo no caso de apresentação de justificativa expressa e aceita pelo Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais.

12.3 – Qualquer solicitação de prorrogação de prazo para assinatura do contrato decorrente desta licitação somente será aceita se apresentada antes do decurso do prazo para tal e devidamente fundamentada.

12.4 – Na decorrência da hipótese prevista no subitem 12.2, o fato em si constituirá inadimplência, podendo o objeto da licitação ser adjudicado à Segunda colocada a exclusivo critério da Administração e desde que aceite as mesmas condições propostas pela primeira colocada, inclusive quanto aos preços, sujeitando-se a empresa faltosa, ainda, às sanções previstas neste edital e na legislação pertinente.

XIII – DOS RECURSOS

13.1 - A interposição de recursos sobre os atos praticados no curso deste procedimento observará o disposto no art. 109, da Lei Federal nº 8.666/93, atualizada.

XIV – DAS SANÇÕES E PENALIDADES

14.1 - Sem prejuízo das sanções administrativas previstas na Seção II do Capítulo IV, Lei nº 8.666 de 21 de junho de 1993, a CONTRATADA poderá incorrer nas seguintes multas:

- a) 1% (um por cento) sobre o valor global do contrato, se deixar de cumprir uma das cláusulas do instrumento contratual;
- b) 10% (dez por cento) sobre o valor global do contrato, se por sua culpa for rescindido o mesmo, sem prejuízo das perdas e danos decorrentes.

14.2 - O valor referente às multas poderá ser descontado no pagamento subsequente a que fizer jus a CONTRATADA.

14.3 - As multas acima mencionadas são independentes, podendo ser aplicadas isolada ou cumulativamente.

XV - DOS PREÇOS

15.1 - Os preços propostos pressupõem o equilíbrio econômico e financeiro do contrato, o qual presidirá a relação entre as partes, durante todo o prazo de execução. Nenhum reajustamento ou realinhamento de remuneração, para mais ou para menos, se dará sem atendimento das normas gerais ditadas pela legislação federal, em especial quanto à oportunidade de aplicação.

15.2 - A comprovação da majoração de um determinado item em nível nacional ou regional que afetar o equilíbrio do contrato será feita através de:

15.2.1 - Notas Fiscais de compras referentes ao distribuidor, tanto da época do início do contrato como da ocasião do suposto aumento;

15.2.2 - apresentação de revista, jornal e/ou periódico, demonstrando o aumento do preço de um determinado item dentro do mercado;

15.2.3 - apresentação de planilha de custos compreendendo o custo do produto e demais componentes (impostos, transporte, funcionários, etc.).

XVI - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1 - Não serão admitidas a esta licitação as empresas suspensas ou impedidas de licitar, bem como as que estiverem em regime de falência ou concordata.

16.2 - É vetada a cessão total ou parcial, para terceiros, das obrigações que forem adjudicadas em consequência desta licitação, sem a prévia e expressa anuência do Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais.

16.3 - A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

16.4 - Não serão admitidas propostas enviadas por correio, fax ou e-mail, e protocoladas fora do horário previsto, salvo justificado, a critério da Comissão.

16.5 - A empresa licitante que tiver dúvida na interpretação dos termos deste edital poderá enviá-la EXCLUSIVAMENTE para o e-mail fabiano.teixeira@ifsudeste.edu.br, até o segundo dia útil antes da data fixada para abertura da licitação.

16.6 - A abertura dos envelopes contendo a Documentação de Habilitação e a Proposta de Preço realizar-se-á em sessão pública.

16.7 - Poderá manifestar-se no curso dos trabalhos de habilitação e julgamento, em nome da empresa licitante, seu dirigente, preposto ou procurador credenciado.

16.8 - O objeto da licitação poderá sofrer alterações, acréscimos ou decréscimos, por decisão unilateral do Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais.

16.9 - A contratada se obriga a manter, durante a execução contratual, as condições de habilitação, incluída a sua regularidade perante os órgãos públicos.

16.10 - Para dirimir controvérsias desta Licitação, o foro competente é a Justiça Federal, Seção Juiz de Fora/MG, com renúncia expressa a qualquer outro.

Juiz de Fora, 05 de agosto de 2010.

Fabiano Teixeira
Presidente da Comissão Especial de Licitação

ANEXO I BRIEFING EXAME DE SELEÇÃO E VETIBULAR 2011 INSTITUTO FEDERAL

I .Descrição e análise da situação geral:

Um novo e promissor cenário para a educação brasileira é o que se espera construir com o Plano de Desenvolvimento da Educação (PDE). Na educação profissional e tecnológica, as principais iniciativas são o Plano de Expansão da Rede Federal de Educação Tecnológica e o decreto no 6.095, de 24 de abril de 2007, que estabelece diretrizes para o processo de integração de instituições para fins de constituição dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia - IFs.

A criação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais – **IF Sudeste MG** se apresenta dentro de uma concepção de educação alinhada aos objetivos fixados pela Constituição Federal de 1988:

...construir uma sociedade livre, justa e solidária; garantir o desenvolvimento nacional; erradicar a pobreza e a marginalização; reduzir as desigualdades sociais e regionais e promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

Esse alinhamento exige pensar etapas, modalidades e níveis educacionais não apenas dentro da sua ‘unidade educacional’, mas a partir do necessário enlace da educação com as necessidades territoriais, que engloba basicamente o desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental, nas quais estão inseridas as unidades de ensino que irão compor o respectivo Instituto Federal. Desta forma, estaremos garantindo a cada cidadão e a todos o direito de aprender até o limite de suas aptidões e vontade.

Na educação profissional e tecnológica, os vínculos entre educação, território e desenvolvimento são essenciais. O efeito desta articulação proporciona a democratização do conhecimento e a elevação do potencial das atividades produtivas locais e regionais, acolhendo principalmente um público historicamente colocado à margem das políticas de formação para o trabalho.

O enlace entre educação e desenvolvimento só se concretiza quando as ações destinadas à melhoria na qualidade da educação se interagirem com o mundo do trabalho. Neste contexto, insere-se a preocupação com o desenvolvimento sustentável justificada pela crescente insatisfação com a situação criada e imposta pelos modelos vigentes de desenvolvimento e de produção das atividades humanas e resulta de emergentes pressões sociais pelo estabelecimento de uma maior equidade social.

É nesta perspectiva que se iniciou o diálogo para a criação do IF Sudeste de Minas Gerais, a partir da união entre o antigo Centro Federal de Educação Tecnológica de Rio Pomba, o antigo Colégio Técnico Universitário vinculado à UFJF e a antiga Escola Agrotécnica Federal de Barbacena. Essas instituições, alinhadas ao mesmo ideal e com atuação integrada, se constituíram em um referencial do ensino profissionalizante, potencializando assim seus efeitos mútuos.

A proposta de criação do IFET do Sudeste de Minas Gerais, integrado pelas Instituições supracitadas, foi a de fortalecer a região na qual será inserido, compartilhando competências técnicas para a execução de projetos educacionais, apoiados na cultura do empreendedorismo e cooperativismo e em sintonia com os arranjos produtivos, culturais, sociais e ambientais de âmbito local e regional.

Em pouco mais de 1 ano de existência o IF expandiu seus horizontes criando outras três novas unidades: o campus de Muriaé, o campus de São João del Rei e o campus avançado de Santos Dumont. O número de vagas praticamente triplicou acompanhado pela oferta de novos cursos, investimentos em infra-estrutura, contratação de professores e técnicos da educação.

A mudança para Instituto Federal, no entanto, trouxe o desafio de tornar pública essa mudança para aqueles que já se acostumaram, ao longo dos anos, a concorrer para vagas das antigas escolas agropecuárias e tecnológicas. Além disso, obriga uma nova abordagem do público-alvo.

II . Descrição de Público com que se relaciona, direta e indiretamente.

O Instituto Federal, em sua constituição, tem por finalidade formar e qualificar seus alunos para o desenvolvimento da região na qual eles estão inseridos. Assim, os cursos que são oferecidos buscam atender demandas locais e regionais do ensino básico ao superior, incluindo a pós-graduação.

Especificamente em relação ao processo seletivo de 2011, o público-alvo se diferencia quanto aos cursos ofertados. No caso do exame de seleção, voltado para o preenchimento de vagas de cursos técnicos que acontecem de forma conjunta ou não com o ensino médio, os interessados são os jovens e que vivem na região da Zona da Mata Mineira, que almejam ter acesso ao ensino público, gratuito e de qualidade nas áreas de formação específica. É preciso entender, nesse caso, que esses jovens estão nas cidades e na zona-rural, uma vez que cada um dos campi do Instituto Federal tem uma vocação específica, rural ou industrial. Nessa perspectiva, incluímos também como público-alvo, os pais desses jovens, os professores de escolas públicas e particulares, os líderes comunitários, as associações de produtores, que atuam de forma significativa no processo de escolha da profissão.

Ainda em relação à formação técnica, os cursos de modalidade EJA, para jovens e adultos que estão fora do mercado de trabalho, ou que buscam requalificação, tem público-alvo diferenciado. São jovens e adultos que não deixaram os estudos para se dedicarem ao trabalho e que agora buscam uma oportunidade de qualificação.

Em relação ao processo seletivo voltado para o preenchimento de vagas de cursos superiores, o Instituto tem optado por destinar 50% das vagas ao SISU e as outros 50% das vagas ao processo seletivo vestibular. Portanto, nosso público-alvo passa a ser, no caso do SISU, todos os potenciais alunos que estão concluindo o ensino médio no Brasil e, seus respectivos formadores de opinião, que vêm no Instituto Federal Sudeste de Minas, uma oportunidade de acesso ao ensino público nas áreas específicas de formação. Em razão das outra metade de vagas serem oferecidas pelo vestibular, a maior parte de nosso público está, mais uma vez em nossa região.

III. Sobre o Processo Seletivo

O processo seletivo de final de ano abrange 6 (seis) campi do Instituto, cada um inserido em um contexto social específico, uma vez que atendem a comunidades diferenciadas da mesma região sudeste, vocacionados para áreas distintas do saber. Os campi de Rio Pomba e Barbacena dedicam-se sobretudo a formação acadêmica voltada para a agropecuária e agroindústria. Sendo assim, a maioria dos alunos são oriundos das pequenas cidades da região, sendo que uma parte significativa tem raízes com as pequenas propriedades rurais. O desafio é fazer chegar as comunidades rurais e as pequenas cidades da região uma campanha publicitária regional, onde os veículos de comunicação de massa muitas vezes chegam através da mídias nacionais (parabólica). Outro problema é adequar as peças publicitárias para um público, em alguns casos, carece de aprendizado e informação mais detalhada sobre o investimento na formação técnica e superior.

Cabe reforçar que o Instituto Federal, em sua constituição, tem por finalidade formar e qualificar seus alunos para atender demandas locais e regionais. Esse princípio diferencia o Instituto de outras instituições de ensino públicas e privadas .

Três dos seis campi do Instituto Federal Sudeste de Minas foram criados a partir de escolas técnicas ou vinculadas, portanto geraram uma expectativa de transformação, de melhoria estrutural no atendimento ao ensino público e gratuito. Com os investimentos do governo na rede federal de ensino técnico, a expectativa transformou-se em realidade com a contratação de professores, técnicos e investimentos em salas de aula, equipamentos e laboratórios. Por outro lado, a expectativa das cidades que receberam novos campi é da construção de algo inteiramente novo que esteja afinado com a realidade dessas cidades, trazendo prosperidade e novas oportunidades para regiões onde o ensino técnico era oferecido de forma precária e/ou muitas vezes sequer existia.

A política de atendimento as demandas regionais não é nova na instituição, trata-se de uma vocação herdada das escolas técnicas, agrícolas e vinculadas. Os resultados mostram que existe uma relação de confiança, algumas vezes, centenária em relação às instituições.

IV . Política atual da Entidade em face das transformações por que passam a sociedade e, especialmente, os segmentos de público com que interage.

O desenvolvimento socioeconômico sustentável depende diretamente da velocidade e da continuidade do processo de expansão educacional. Observam-se dois importantes aspectos como: de um lado, a expansão educacional aumenta a produtividade do trabalho, contribuindo para o crescimento econômico, o aumento de salários e a diminuição da pobreza; de outro, a expansão educacional promove maior igualdade e mobilidade social. Assim, pode-se observar que o crescimento econômico bem como a redução da desigualdade e da pobreza depende, essencialmente, da expansão da educação (BARROS, HENRIQUES e MENDONÇA; 2002).

O processo de desenvolvimento econômico brasileiro nas últimas décadas, no entanto, reforça as conseqüências da heterogeneidade educacional no país. Além disso, o país apresenta um atraso, em termos de educação, de cerca de uma década em relação a um país com padrão de desenvolvimento similar ao nosso.

As disparidades econômicas e educacionais são ainda maiores dentro de determinadas regiões estatais. O estado de Minas Gerais, por exemplo, é considerado um dos mais importantes da federação, pois contribui significativamente para a formação da riqueza do país. Apesar disso, apresenta uma realidade bastante complexa com enormes diferenças regionais em seu território e elevado número de municípios pequenos e pobres. Em virtude da configuração variada das mesorregiões, tem-se o desenvolvimento de microrregiões diferenciadas, que são balizadas por aspectos econômicos, educacionais, demográficos, tecnológicos, de recursos naturais, dentre outros.

A experiência da indústria mineira, assim como a de todo o país, caracteriza-se pela fragilidade tecnológica e organizacional quando comparada àquela vivida pela indústria internacional. Destaca-se a intervenção do Estado, desde os anos 1930, na garantia de um modelo de crescimento fundado na industrialização, que ocorreu de forma lenta e tardia pela falta de investimentos em pesquisa e desenvolvimento tecnológico redefinindo as relações entre Estado e Sociedade (SOARES et al., 1999).

Os setores de transporte, agroindustrial e químico, no estado de Minas Gerais, foram os que mais investiram em mudanças no padrão tecnológico e modelos de gestão, assim como no perfil profissional dos trabalhadores, no que se refere à necessidade de maior conhecimento, dadas a demanda por novas habilidades. No entanto, se por um lado a comunidade escolar tem buscado trabalhar novas competências e habilidades demandadas, por outro as indústrias apontam deficiências em relação às habilidades específicas, habilidades cognitivas básicas e no campo comportamental, demonstrando a necessidade de estreitamento do vínculo entre a escola e o mundo do trabalho (SOARES et al., 1999).

Apesar dos equipamentos e tecnologia instalada não serem considerados gargalos para o desempenho operacional, a maioria das indústrias considera ser difícil o acesso às informações tecnológicas, principalmente no caso das empresas que foram implantadas mais recentemente. Na maioria dos casos, estas novas empresas buscam apoio junto às Instituições de Ensino e Pesquisa, consultores e até mesmo fornecedores de equipamentos para orientação tecnológica em processos e desenvolvimento de novos produtos. No entanto, as reiteradas manifestações de insatisfação quanto à eficiência dessa forma de atuação sugerem a necessidade de se desenvolverem mecanismos mais eficientes para o atendimento às demandas tecnológicas do segmento (FAEMG, 2007).

Assim sendo, a educação profissional assume papel relevante no enfrentamento desses desafios. É necessário reordenar nossos sistemas de educação para que possam responder efetivamente aos anseios e expectativas individuais e sociais, bem como às demandas econômicas contemporâneas. A proposta de criação do **Instituto Federal Sudeste de Minas Gerais– IF Sudeste MG** surgiu como estratégia que, em sintonia com anseios da Zona da Mata e Campo das Vertentes, visa ampliar a oferta do ensino público de qualidade, respondendo com agilidade às demandas apresentadas pelos indivíduos, pela sociedade e pelo mundo do trabalho.

V. Descrição e análise da situação específica

O problema a ser enfrentado pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais é exatamente a consolidação da nova organização em Instituto, mostrando que a mudança trouxe mais investimentos e mais benefícios para os alunos e comunidade.

O governo federal lançou no final de 2009 e 2010, inúmeras campanhas publicitárias nacionais para divulgar a criação dos Institutos. Em contra-partida o Instituto Federal Sudeste de Minas Gerais, dadas as limitações legais e organizacionais do Estado, quanto aos investimentos em publicidade, só pode divulgar a marca em termos de publicidade, nas campanhas de exame de seleção e vestibular, valendo-se sobretudo da assessoria de imprensa para ocupar de forma gratuita a mídia local e regional.

A realidade é que o Instituto Federal Sudeste de Minas ocupou as páginas dos principais jornais do estado e região, além de TVs e rádios, ofertando informação em suas mais diversas possibilidades, seja falando do Instituto e suas inovações, seja comentando assuntos de interesse da comunidade através de especialistas, mas ainda é preciso reforçar que essa Instituição tem, atualmente, o mesmo *status* das universidades, com alguns diferenciais extremamente significativos, como a constatação de que os alunos do ensino técnico tem uma média de 70% de empregabilidade.

Outro problema identificado é a necessidade de que a campanha atinja regiões da Zona Mata em que a mídia de massa não chega, como as comunidades rurais e pequenas cidades. Atualmente a divulgação, nessas localidades, depende muito das visitas feitas pelos professores e servidores do Instituto que fazem o trabalho de divulgação através de visitas, com distribuição de folderes, cartazes e palestras.

VI. Posicionamento atual da Entidade em relação ao mercado ou à sociedade

O Instituto Federal Sudeste de Minas Gerais pretende construir uma nova história, afinada com a política proposta para a Rede Federal, destacando as mudanças e benefícios que fazem parte do alicerce construído para sua constituição em termos de políticas públicas para o ensino, sem perder a referência do passado importante que permeia a história das escolas que o constituíram.

O fato é que os investimentos do governo federal no ensino técnico não encontram precedentes na história recente do país e tem sido decisivos na construção de mais e melhores vagas públicas para os jovens.

VII. Possibilidades de ampliação de uma linha de atuação da Entidade, contemplando novos segmentos de público e/ou incrementando o atendimento aos mesmos segmentos a que já atendia e quantificação de metas.

A decisão de aderir na proporção de 50% de vagas ao SISU, sistema de seleção unificada, trouxe a necessidade de ampliarmos o público-alvo do Instituto Federal

Sudeste de Minas. Essa abertura de nova linha de atuação, visa atender a demanda que amplia a concorrência do Instituto com entidades de todo o país.

Sendo assim, é preciso identificar nesse público os fatores determinando no processo de escolha da instituição para a qual ele se inscreve, como também atingir esse público de forma diferenciada e eficiente destacando não só as vantagens do Instituto e seus resultados, mas as da região na qual ele está inserido.

Nessa perspectiva, identificamos como “concorrentes”, em relação aos cursos superiores, as universidades e faculdades particulares e em relação aos cursos técnicos, as escolas profissionalizantes.

VIII. Problema específico, concreto e imediato que justificam a campanha de divulgação do vestibular e exame de seleção

O Instituto Federal Sudeste de Minas precisa preencher todas as vagas oferecidas nos processos seletivos para cursos técnicos e superiores, aumentando o número de inscritos na proporção média de xxxxxxxx com objetivo de aumentar a concorrência e o nível acadêmico dos alunos que ingressam nos primeiros períodos.

IX. Proposta técnica (critérios de julgamento no edital)

A proposta técnica consistirá na entrega de 3 (três) invólucros distintos contendo:

- 1) Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no presente *briefing*, **sem** a identificação da empresa proponente;
- 2) Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no presente *briefing*, **com** a identificação da empresa proponente;
- 3) Conjunto de informações sobre o proponente.

1) **O Plano de Comunicação Publicitária sem a identificação** da empresa proponente será composto dos seguintes tópicos:

a) **Raciocínio básico**, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do IF sudeste de Minas Gerais, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

b) **Estratégia de comunicação publicitária**, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais das propostas para suprir o desafio e alcançar os objetivos de comunicação desejados pelo IF Sudeste de Minas Gerais;

c) **Idéia criativa**, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente ao atendimento dos objetivos, desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

d) **Estratégia de publicidade em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas**, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível, apresentada sob a forma de texto, 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.

e) **O Plano de Comunicação Publicitária deverá conter, no máximo, 8 (oito) páginas, devidamente numeradas, apresentado em folha branca, tamanho A4, em fonte Times New Roman, corpo 12, espaçamento de 1,5 entre linhas, em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação. A via não identificada deverá ser entregue em envelope pardo, tamanho ofício, antes do início da abertura das propostas, na recepção deste órgão, apenas com as descrições: “Envelope nº 1, Proposta Técnica, Convite nº 01/2010,**

f) Na elaboração de tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Comunicação Publicitária, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

2) **O Plano de Comunicação Publicitária com a identificação da empresa proponente** deverá apresentar o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à idéia criativa, devendo ser entregue somente quando solicitado pela comissão.

3) **Conjunto de informações sobre o proponente:**

a) **Qualificação da empresa** (indicando o perfil da mesma com a descrição da estrutura e organização da matriz e, se for o caso, das filiais; o trabalho das equipes de atendimento, criação e produção gráfica, *no máximo 5 (cinco) páginas*).

b) **Apresentação de um Portfólio e/ou modelos/exemplos** (até duas peças de cada) de material publicitário, compreendendo:

- I. anúncios para jornais e para revistas (originais ou reprints no formato A-4);
- II. spots ou jingles para rádio (em CD);
- III. outdoors (reprints no formato A-4);
- IV. comerciais de TV (em CD ou DVD);
- V. peças gráficas: cartaz, banner, folder, folheto, fly, convite, entre outros.

X- Contato (esclarecimentos)

Comissão Permanente de Licitação: fabiano.teixeira@ifsudeste.edu.br (até 48 horas da data marcada para a abertura das propostas).

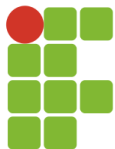
PPREVISÃO DE OFERTA DE CURSOS

1 – Processo seletivo para ingressos em 2011.

Campus	Modalidade	Cursos Técnicos		Cursos Superiores		
		Curso	Nº de vagas	Curso	Nº de vagas	
Campus Barbacena	Integrados	Técnico em agropecuária	160	Licenciatura em Biologia	40	
		Técnico em agroindústria	30	Licenciatura em Química	36	
		Técnico em hospedagem	35	Tecnologia em Gestão Ambiental	40	
		Técnico em química	30	Tecnologia em Gestão de Turismo	40	
		Técnico de cuidador de idosos - proeja	30	Tecnologia em Sistemas de Informática	32	
		Técnico em enfermagem	40	Bacharelado em Agronomia	40	
	Concomitantes	Técnico em informática		Nutrição	40	
	Subsequentes	Técnico em nutrição e dietética	40			
		Técnico em segurança do trabalho	40			
		Técnico em Secretariado	40			
		Técnico em Meio Ambiente	40			
		Técnico em agropecuária (a distância)				
	Campus Juiz de Fora	Integrados	Técnico em Edificações		Engenharia mecatrônica	
			Técnico em eletromecânica		Licenciatura em física	
			Técnico em			



		eletrotécnica			
		Técnico em informática			
		Técnico em mecânica			
		Técnico em metalurgia			
	Concomitantes ou subsequentes	Técnico em Design de móveis			
		Técnico em Edificações			
		Técnico em eletromecânica			
		Técnico em eletrotécnica			
		Técnico em eventos			
		Técnico em metalurgia			
		Técnico em transações imobiliárias			
		Técnico em transporte rodoviário			
	Campus Muriaé	Integrados	Técnico em Agroecologia	40	Bacharelado em Administração
Concomitantes		Técnico em Eletromecânica	40	Bacharelado em Design de Moda	35
		Técnico em Secretariado			
		Técnico em Vendas	40		
Campus Rio Pomba	Integrados	Técnico em alimentos	45	Bacharelado em Administração	40
		Técnico em agropecuária	45	Bacharelado em Agroecologia	40
		Técnico em florestas	45	Ciência da computação	40
		Técnico em informática	45	Bacharelado em Ciência e Tecnologia	40



				de Alimentos	
	Concomitantes	Técnico em informática	45	Licenciatura em Matemática	40
		Técnico em secretariado (3º ano)	45	Tecnologia em Laticínios	40
		Técnico em Vendas (3º ano)	45	Bacharelado em Zootecnia	40
		Técnico em Meio Ambiente (3º ano)	45		
	Subsequentes	Técnico em agropecuária	45		
		Técnico em meio ambiente (a distância)	150 (3 pólos)		
		Técnico em Segurança do Trabalho	45		
Campus avançados Santos Dumont	Técnicos	Técnico em transporte ferroviário (tarde)	35		
		Técnico em transporte ferroviário (noite)	35		
		Técnico em Transporte de Carga (tarde)	35		
		Técnico em Transporte de Carga (noite)	35		
		Técnico em Conservação e restauração (tarde)	12		
		Técnico em Guia de Turismo (tarde)	12		
		Técnico em eletrotécnica (tarde)	25		
		Técnico em eletrotécnica (noite)	25		
		Técnico em mecânica (tarde)	25		
		Técnico em	25		

		mecânica (noite)			
		Aprendizagem em eletricidade (manhã)	12		
		Aprendizagem em mecânica (manhã)	12		
		Aprendizagem em metalurgia (manhã)	12		
Campus avançados de São João Del Rei	Técnicos	Técnico em Enfermagem	30	Tecnológico	45
		Técnico em Segurança no Trabalho	45	Tecnológico	45
		Técnico em informática	30		
	Pós-técnico	Enfermagem do Trabalho	30		

EIXOS TECNOLÓGICOS E CURSOS OFERTADOS PELO IF SUDESTE MG

1 – Dos cursos técnicos

Eixos Tecnológicos	Cursos ofertados	Campus
Ambiente, saúde e segurança	Técnico em enfermagem	Barbacena
	Técnico em nutrição e dietética	Barbacena
	Técnico em Segurança no Trabalho	Barbacena Rio Pomba São João Del Rei
	Técnico em Meio Ambiente	Barbacena Rio Pomba
	Técnico em Controle Ambiental	São João Del Rei
Controle e Processos Industriais	Técnico em Eletrotécnica	Santos Dumont
	Técnico em Mecânica	Santos Dumont
	Técnico em Química	Barbacena
Gestão e negócios	Técnico em Secretariado	Barbacena Rio Pomba
	Técnico em Vendas	Muriaé Rio Pomba
Hospitalidade e Laser	Técnico em Hospedagem	Barbacena

	Técnico em Guia de Turismo	Santos Dumont
Informação e Comunicação	Técnico em Informática	Barbacena Rio Pomba São João Del Rei
	Técnico em Informática para Internet	São João Del Rei
Infraestrutura	Técnico em Transporte Ferroviário	Santos Dumont
	Técnico em Transporte de Cargas	Santos Dumont
Produção alimentícia	Técnico em Agroindústria	Barbacena
	Técnico em Alimentos	Rio Pomba
Recursos naturais	Técnico em Agropecuária	Barbacena Rio Pomba
	Técnico em Florestas	Rio Pomba

2 – Dos cursos superiores - Tecnológicos

Eixos Tecnológicos	Cursos ofertados	Campus
Ambiente, Saúde e Segurança	Tecnologia em Gestão Ambiental	Barbacena
Hospitalidade e Lazer	Tecnologia em Gestão de Turismo	Barbacena
Informação e Comunicação	Tecnologia em Sistemas para Internet	Barbacena
Produção alimentícia	Tecnologia em Laticínios	Rio Pomba
Recursos naturais	Técnico em Agropecuária	Barbacena Rio Pomba
	Técnico em Florestas	Rio Pomba

ANEXO II
MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

(Local e data)

Ao
Instituto Federal do sudeste de Minas Gerais
A/C Comissão de Licitação
Referência: Convite 01/2010

Prezados Senhores,

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o N° _____, neste _____ ato _____ representada por _____ (qualificação: nacionalidade, estado civil, cargo ocupado na empresa), em atendimento ao disposto no Edital do Convite_01/2010, vem perante Vossas Senhorias credenciar o Sr _____, RG _____, como representante qualificado a participar de todos os atos relativos à referida licitação, inclusive com poderes expressos para apresentar ou desistir da interposição de recursos, nos termos do artigo 109 da Lei No 8666/93.

Atenciosamente.

Nome
Representante Legal da Licitante

**A DECLARAÇÃO DEVERÁ SER ENTREGUE A COMISSÃO DE LICITAÇÃO
ANTES DA ABERTURA DOS ENVELOPES**

**A DECLARAÇÃO NÃO DEVERÁ SER COLOCADA DENTRO DOS
ENVELOPES**

ANEXO III MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE CRIAÇÃO, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA DIVULGAÇÃO DO PROCESSO SELETIVO 2011 QUE ENTRE SI FAZEM O INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO SUDESTE DE MINAS GERAIS E A EMPRESA _____, DE CONFORMIDADE COM AS CLÁUSULAS E CONDIÇÕES A SEGUIR EXPOSTAS

CLÁUSULA I - DAS PARTES E FUNDAMENTOS

1.1 - DA CONTRATANTE

1.1.1 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais, pessoa jurídica de direito público, inscrito no CNPJ sob o N° 10.723.648/0001-40, com sede na Av. Francisco Bernardino, 165, Centro, CEP 36.013-100, neste ato representado pelo seu reitor, Professor.residente e domiciliado no endereço _____, N°. _____, Centro, Centro, CEP _____, portador da Carteira de Identidade _____, CPF _____).

1.2 - DA CONTRATADA

1.2.1 _____

1.3 - DOS FUNDAMENTOS

1.3.1 - A presente contratação decorre do Processo Administrativo Licitatório N° 23000.053413/2010-72 – Convite N° 01/2010, e se regerá por suas cláusulas, pelos preceitos de direito público, aplicando-lhe, supletivamente, os princípios da teoria geral dos contratos e disposições de direito privado.

2. DO OBJETO

2.1 - O objeto deste contrato é a prestação de serviços de criação, planejamento e execução de campanha publicitária para divulgação do processo seletivo 2011.

2.2 - Todos os direitos relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto desta licitação, inclusive as peças publicitárias, pertencerão ao Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais.

2.3 - Todos os serviços e seus componentes deverão ser expressamente autorizados pela Administração do Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais.

2.4 - A Coordenadoria de Comunicação poderá manter serviço de aferição de custos para avaliar os preços praticados.

3. DO PRAZO, DO VALOR DO CONTRATO E DO PAGAMENTO

3.1- DO PRAZO

3.1.1 - O prazo previsto para a prestação dos serviços, objeto deste edital deverá estar em conformidade como cronograma de atividades da COPESE, constantes no Anexo VII deste edital, ficando estabelecido que início das atividades dar-se-á a partir da data da ordem de serviço, que a campanha deverá iniciar no primeiro dia de abertura das inscrições, mesma data em que todo o material publicitário deverá estar disponível para exibição pública.

3.2 - DO VALOR

3.2.1 - O valor total do presente contrato é de (.....), cujo montante é estimativo.

3.2.2 - Todos os encargos sociais e fiscais, taxas e emolumentos, que recaírem sobre o contrato, correrão à conta da Contratada.

3.3 - DO PAGAMENTO

3.3.1 - Os pagamentos serão acordo com o desenvolvimento das atividades, devidamente aprovadas pelo Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais.

3.3.2 - A Contratada apresentará nota fiscal/fatura correspondente aos valores, devidamente acompanhadas das guias de recolhimento de INSS e FGTS, quitadas, relativas ao mês anterior ao do faturamento.

3.3.3 - Os pagamentos serão efetuados em 10 (dez) dias úteis, após a entrega da nota fiscal, e cumprida todas as formalidades legais anteriores a este ato.

4. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

4.1 - A despesa resultante desta licitação ocorrerá por conta das seguintes dotações orçamentárias: _____

5. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1 - São obrigações da Contratada, além de outras decorrentes da natureza do contrato:

5.1.1 - Responsabilizar-se pela execução dos serviços objeto do presente contrato, obedecendo os prazos e condições fixados no Edital e seus respectivos anexos e na proposta julgada vencedora.

5.1.2 - Responsabilizar-se por todas as despesas e encargos de qualquer natureza com os seus empregados, inclusive encargos relativos à legislação trabalhista e quaisquer outros decorrentes dos serviços constantes do presente contrato.

5.1.3 - Assumir inteira responsabilidade civil, administrativa e penal por quaisquer danos e prejuízos materiais ou pessoais causados diretamente ou por seus empregados ou prepostos, à Contratante ou a terceiros.

5.1.4 - Manter, por todo o período da execução contratual, as condições que garantiram a sua habilitação.

5.2 - Poderá o Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais exigir, em qualquer época, a apresentação de documentos e informações complementares, atinentes à licitação, incluídos os que referirem à regularidade da empresa.

6. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1 - São obrigações da Contratante:

6.1.1 - Efetuar pagamento à Contratada no prazo fixado neste contrato, após a entrega da Nota Fiscal, de conformidade com as autorizações expedidas.

6.1.2 - Fiscalizar a execução do contrato.

CLÁUSULA VII - DAS MODIFICAÇÕES E/OU ALTERAÇÕES

7.1 - Qualquer modificação de forma ou quantidade (acréscimo ou redução) dos materiais objeto deste contrato poderá ser determinada pela Contratante mediante assinatura de Termos Aditivos, observadas as normas legais vigentes.

CLÁUSULA VIII - DA FISCALIAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DO CONTRATO

8.1 - Compete a Coordenação de Comunicação, em nome da Contratante, acompanhar e fiscalizar a execução do presente contrato.

CLÁUSULA IX - DAS PENALIDADES

9.1 - O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas caracterizará a inadimplência da Contratada, ficando o mesmo, garantido o contraditório e a ampla defesa, sujeita às seguintes penalidades:

9.1.1 - Advertência;

9.1.2 - Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor contratado, devidamente atualizado pelo Índice Geral de Preços de Mercado - IGPM/FGV;

9.1.3 - Suspensão temporária de participação em licitação com o Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais pelo prazo de 02 (dois) anos;

9.1.4 - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, na forma prevista no inciso IV do art. 87 da Lei 8.666/93, além do encaminhamento à Promotoria para aplicação das sanções criminais previstas nos artigos 89 a 99 da referida Lei, salvo superveniência comprovada de motivo de força maior, desde que aceito pelo Instituto.

9.2 - Na hipótese de a Contratada se recusar a assinar o contrato ou não executá-lo nas condições estabelecidas, se sujeitará à multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total, independentemente da aplicação de outras sanções previstas em lei.

9.3 - Pelo atraso injustificado para iniciar ou concluir os serviços será aplicada multa de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso, calculada sobre o valor do contrato, bem como a multa prevista no item acima.

9.4 - As multas lançadas pelo Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais serão deduzidas diretamente dos créditos que a Contratada tiver em razão da presente licitação.

CLÁUSULA X - DA RESCISÃO

10.1 - A rescisão do presente contrato poderá ser:

10.1.1 - determinada por ato motivado da Administração, após processo regular, assegurado o contraditório e ampla defesa, nos casos do artigo 78, I a XII e XVII da Lei de Licitações.

10.1.2 - amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para a Administração;

10.1.3 - judicial, nos termos da legislação.



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
SUDESTE DE MINAS GERAIS

10.2 - No caso de rescisão do Contrato, ficará suspenso o pagamento à Contratada até que se apurem eventuais perdas e danos.

CLÁUSULA XI - DO FORO

11.1 - Fica eleito o Foro da Justiça Federal de Juiz de Fora/MG para dirimir dúvidas referentes a este Contrato, com renúncia expressa de qualquer outro;

Por estarem justos e contratados, os representantes das partes assinam o presente instrumento, na presença das testemunhas abaixo, em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

Juiz de Fora, ____ de _____ de 2010.

Nome
Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Nome
Representante Legal da Empresa

TESTEMUNHAS: 1- _____

2- _____

ANEXO IV
MODELO DE DECLARAÇÃO DE FATOS IMPEDITIVOS

(Local e data)

Ao
Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
A/C Comissão de Licitação

Referência: Convite 01/2010

(nome da empresa individual ou coletiva, CNPJ, (endereço) _____, 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], ____ de _____ de 2010

[Nome do Representante legal – Cargo]

ANEXO V
DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO ART. 7º, XXXIII, DA
CONSTITUIÇÃO FEDERAL

(Local e data)

Ao
Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
A/C Comissão de Licitação

Referência: Convite 01/2010

Prezado Senhor,

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o Nº _____, neste ato representada por _____ (qualificação: nacionalidade, estado civil, cargo ocupado na empresa), em atendimento ao disposto no Edital do Convite ____/2010 e no inciso V do art. 27 da Lei 8666/93, vem perante Vossa Senhoria DECLARAR que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, bem como não emprega menor de dezesseis anos.

Atenciosamente,

NOME
Representante legal da empresa

ANEXO VI
PROPOSTA DE PREÇOS

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência E Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais
A/C Comissão de Licitação

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o N° _____, neste ato representada por _____ (qualificação completa: _____ nacionalidade, estado civil, cargo), em atendimento ao disposto no Edital do Convite_01_/2010, se propõe a prestar os serviços nas condições a seguir:

1. O objeto dessa licitação é a seleção para fins de contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de criação, planejamento e execução de campanha publicitária para divulgação do processo seletivo 2011, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais, em televisão, rádio, internet e demais mídias impressas voltadas para o público-alvo do IF Sudeste MG.

2. A presente proposta comercial se refere aos serviços objeto deste edital com os seguintes preços:

DESCRIÇÃO	HT IF	VALOR	HTE	VALOR	TOTAL GERAL	DESCONTO LINEAR
Criação e produção	10	R\$ 100,00	40	R\$ 50,00	R\$ 15.000,00	%

HT- Hora Técnica no Instituto Federal; HTE – Hora Técnica na Empresa

3. A remuneração dos serviços se dará na forma das disposições legais aplicáveis à espécie (Lei 4.680/65 e Decreto Federal 57.690/66).

3.1 – Como regra, os serviços de agenciamento serão remunerados por comissão, cujo percentual, deverá ser observado de acordo com os seguintes termos:

3.1.1 Mídia eletrônica: o limite de _____% (_____ por cento), incidirá sobre o preço do serviço efetivamente contratado e realizado.

3.1.2 Mídia impressa: o limite de _____% (_____ por cento), incidirá sobre o preço do serviço efetivamente contratado e realizado.

3.1.3 Mídia externa: o limite de _____% (_____ por cento), incidirá sobre o preço do serviço efetivamente contratado e realizado.

3.2 – Para os serviços de veiculação de programas e campanhas publicitárias em mídias eletrônicas, será reservado o valor estimativo de R\$ 30.000,00 (Vinte e sete mil reais).

3.3 - Os custos dos serviços estarão sujeitos a avaliação prévia da Assessoria de Comunicação e Presidente da Câmara, e aprovação deste, após comprovação de que o mesmo está de acordo com os preços praticados no mercado.

3.4 - A Assessoria de Comunicação poderá manter serviço de aferição de custos para avaliar os preços praticados.

3.5 - Não será devido ao proponente pagamento de qualquer remuneração por serviços de terceiros indicados pela Coordenação de Comunicação ou contratados diretamente pelo IF Sudeste de Minas Gerais, não sendo considerado como remuneração o reembolso de despesas efetivamente realizadas.

3.6 No preço estão incluídos todos os custos diretos ou indiretos com os serviços licitados.

3.7 A empresa declara a suficiência do preço proposto para a cobertura de todas as despesas que envolvem os serviços licitados.

4. O prazo previsto para a prestação dos serviços, objeto deste edital deverá estar em conformidade como cronograma de atividades da Copese (Anexo VII do edital), ficando estabelecido que início das atividades dar-se-á a partir da data da ordem de serviço, que a campanha deverá iniciar no primeiro dia de abertura das inscrições, mesma data em que todo o material publicitário deverá estar disponível para exibição pública.

5. A presente proposta é valida pelo prazo de 60 (sessenta) dias, a partir desta data.

6. A empresa se declara apta, do ponto de vista jurídico, econômico, técnico e operacional, para os serviços licitados.

Juiz de Fora , ____ de _____ de 2010.

ANEXO VII
Cronograma para a execução do Processo Seletivo 2011
COPESE

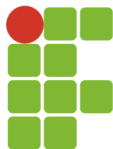
Data	Atividade	Local
05/07/2010	Envio de ofício pela Coordenação Técnico-pedagógica à Pedagoga solicitando os critérios para elaboração de questões objetivas e dissertativas	Reitoria
26/07/2010	Entrega, pela Pedagoga, dos critérios para elaboração de questões objetivas e dissertativas à Coordenação Técnico-pedagógica	Reitoria
29/07/2010	Lançamento de Edital de licitação divulgação e de aquisição de máquina para reprodução de provas	Reitoria
06/08/2010	Reunião do CEPE - discutir a adoção do Sistema de Seleção Unificado - caso haja vestibular discutir o tipo de prova: objetiva+redação; objetiva+dissertativa; objetiva+redação+dissertativa - discutir a adoção de redação no exame de seleção - critérios para correção da redação (número de redações)	Campus Juiz de Fora
09/08/2010	Entrega de demandas das Coordenações para montagem do processo licitatório.	
10/08/2010	Entrega de ofício aos Diretores Gerais e de Ensino pela Presidência informando as datas dos processos seletivos, solicitando informações sobre a demanda de cursos, locais prováveis de realização das provas presenciais e a distância, necessidade de prova de habilidade específica, solicitar a disponibilização de equipamentos (impressoras, leitora ótica e etc), lanche, motorista e veículo, serviços de enfermagem, etc. – com ciente do Reitor.	E-mail e pelo correio
16/08/2010	Lançamento de Edital de licitação de materiais de consumo e serviços	Reitoria

19/08/2010	Resposta ao ofício encaminhado aos Diretores Gerais e de Ensino	E-mail e pelo correio
02 a 30/08/2010	Período de preparação de material de divulgação e do sistema para recebimento das inscrições.	Reitoria
16/08/2010	Apresentação do questionário sócio-econômico-cultural, com propostas de alterações e entrega à coordenação de processamento de dados. Apresentação dos materiais de divulgação a ser utilizado no processo seletivo (cartazes, flyer, mídia, out-door, etc.) Apresentação das bancas de elaboração de provas pela Coordenação Técnico-pedagógica	Reitoria – reunião extraordinária 9h - 12h
31/08/2010	Apresentação do sistema de inscrições.	Reitoria
02/09/2010	Discussão do Edital com os Coordenadores da COPESE e com os Diretores de Ensino.	Reitoria – reunião extraordinária 9h - 12h
9 e 10/09/2010	Período de análise do Edital pela Procuradoria Federal.	Reitoria – Procuradoria Federal
13/09/2010	Entrega do parecer, por escrito, ao Edital pela Procuradoria Federal.	Procuradoria Federal - Reitoria
16/09/2010	Encaminhamento do Edital, para publicação, à Diretoria de Gestão de Pessoas	Reitoria
20/09/2010	Publicação do Edital no DOU.	DOU pela Diretoria de Gestão de Pessoas
21/09/2010	Divulgação do Edital no endereço eletrônico.	www.ifsudestemg.edu.br
27/09/2010 a 28/10/2010	Período de inscrição.	www.ifsudestemg.edu.br
15/10/2010	Entrega das questões de prova pela coordenação técnico-pedagógica à coordenação de reprografia.	Reitoria
22/10/2010	Entrega do modelo da prova impresso na impressora de uso para reprodução e de cópia digital em editor de texto, pela coordenação de reprografia à coordenação técnico-pedagógica para conferência dos professores.	Reitoria
26/10/2010	Entrega à Coordenação de reprografia das provas após a conferência das bancas, para as devidas correções.	Reitoria
27/10/2010	Realização, pela Coordenação de Reprografia,	Reitoria

	das correções propostas pelas bancas	
28/10/2010	Retorno, à Coordenação Técnico-pedagógica, da prova corrigida, impressa, na impressão de uso para a reprodução e cópia digital em texto editável para o encaminhamento à Revisão Linguística.	Reitoria
29/10/2010	Revisão lingüística Último dia para pagamento da taxa de inscrição.	Reitoria Banco do Brasil
30/10/2010	Entrega das provas revisadas à Coordenação Técnico-pedagógica e à Coordenação de Reprografia. Após os ajustes finais, realizada pelas duas coordenações faz-se-à o encaminhamento das provas, dos critérios para desempate e a ordem de disposição das questões na prova para a Coordenação de Processamento de Dados ficando uma cópia em mídia (texto editável) com a Coordenação Técnico-pedagógica.	Reitoria
03 e 04/11/2010	Período de confirmação das inscrições	Reitoria – Coord. Processamento de Dados
04/11/2010	Divulgação da relação provisória candidato/vaga e de inscritos.	www.ifsudestemg.edu.br
05 e 08/11/2010	Período de recursos sobre as inscrições.	Reitoria - Setor de Protocolo
09 e 10/11/2010	Julgamento dos recursos sobre as inscrições.	Reitoria
11/11/2010	Divulgação do resultado dos recursos sobre as inscrições.	www.ifsudestemg.edu.br
12/11/2010	Divulgação da relação final candidato/vaga e de inscritos.	www.ifsudestemg.edu.br
12/11/2010	Entrega da listagem final de candidatos por Campus e por curso pela Coordenação de Processamento de Dados à Coordenação de Aplicação de Prova. Entrega da relação de locais de realização de prova e as respectivas salas pela Coordenação de Aplicação de Prova à Coordenação de Processamento de Dados.	Reitoria
12 a 21/11/2010	Período de distribuição de candidatos por Campus e sala pela Coordenação de Aplicação de Prova.	Reitoria
22/11/2010	Entrega da relação de locais de realização de	Reitoria



	prova e respectivas salas e relação dos candidatos distribuídos por Campus, Cursos e sala pela Coordenação de Aplicação de Prova à Coordenação de Processamento de Dados e Coordenação de Reprografia.	
26/11/2010	Entrega de listagem de aplicadores, fiscais e apoio para a realização das provas.	Reitoria
22 a 26/11/2010	Período de impressão dos cartões resposta, das provas e das listagens	Campus Rio Pomba e Campus Juiz de Fora
26/11/2010	Divulgação dos horários e locais de provas	www.ifsudestemg.edu.br
26/11/2010	Disponibilização do comprovante definitivo de inscrição	www.ifsudestemg.edu.br
29 e 30/11/2010	Período de conferência e correção do comprovante definitivo	www.ifsudestemg.edu.br e copese@ifsudestemg.edu.br
29/11/2010	Apresentação da planilha de custos	Reitoria
28 a 30/11/2010	Período de montagem e conferência de todos os malotes do exame de seleção	Reitoria
05/12/2010	Entrega dos gabaritos e das provas do exame de seleção à Coordenação de Processamento de Dados pela Coordenação de Reprografia	Reitoria
05/12/2010 (8 às 12h e de 14 às 18h)	Data de realização da prova do exame de seleção	Campi
06/12/2010	Divulgação do gabarito e das provas do exame de seleção Abertura dos malotes e leitura das atas do exame de seleção	www.ifsudestemg.edu.br Reitoria
7, 8, 9 e 10/12/2010	Período de leitura dos cartões do exame de seleção. Correção da redação (cursos integrados)	Campus Rio Pomba Reitoria – sala de reuniões
7 e 8/12/2010	Período de recurso ao gabarito e as provas do exame de seleção	Reitoria – Setor de Protocolo
7, 8 e 9/12/2010	Período de montagem e conferência de todos os malotes do vestibular	Reitoria
9 e 10/12/2010	Julgamento dos recursos sobre a prova e gabarito do exame de seleção	Reitoria
12/12/2010	Entrega dos gabaritos e das provas do vestibular à Coordenação de Processamento de Dados pela Coordenação de Reprografia	
12/12/2010	Data de realização da prova de vestibular	Campi



(8 às 12h – 14 às 18h)		
13/12/2010	Abertura dos malotes e leitura das atas do vestibular Divulgação da resposta aos recursos sobre prova e gabarito do exame de seleção Divulgação do gabarito e das provas do vestibular	www.ifsudestemg.edu.br
13, 14, 15, 16 e 17/12/2010	Período de correção de cartões, classificação dos candidatos e elaboração do resultado provisório do exame de seleção Período de leitura dos cartões de vestibular	Campus Rio Pomba
13, 14, 15/12/2010	Correção da redação e/ou prova dissertativa. Período de recurso dos gabaritos das provas do vestibular	Reitoria – sala de reuniões Reitoria – Setor de Protocolo
16/12/2010	Divulgação do resultado provisório do exame de seleção	www.ifsudestemg.edu.br
16 e 17/12/2010	Julgamento dos recursos sobre os gabaritos das provas objetivas e dissertativas do vestibular	www.ifsudestemg.edu.br
17 e 20/12/2010	Período de recurso ao resultado provisório do exame de seleção	Reitoria – Setor de Protocolo
20/12/2010	Divulgação da resposta dos recursos das provas do vestibular	www.ifsudestemg.edu.br
21/12/2010	Julgamento dos recursos ao resultado provisório do exame de seleção	Reitoria
21, 22 e 23/12/2010	Período de correção de cartões, classificação dos candidatos (objetiva, redação, dissertativa) e elaboração do resultado provisório do vestibular	Campus Rio Pomba
22/12/2010	Divulgação do resultado dos recursos ao resultado provisório do exame de seleção	www.ifsudestemg.edu.br
23/12/2010	Homologação do resultado final do exame de seleção	www.ifsudestemg.edu.br
27/12/2010	Divulgação do resultado provisório do vestibular	www.ifsudestemg.edu.br
28 e 29/12/2010	Período de recurso ao resultado provisório do vestibular	Reitoria – Setor de Procolo
30/12/2010	Julgamento dos recursos ao resultado provisório do vestibular	Reitoria
04/01/2011	Divulgação do resultado dos recursos ao	www.ifsudestemg.edu.br



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
SUDESTE DE MINAS GERAIS

	resultado provisório do vestibular	
05/01/2011	Homologação do resultado final do vestibular	www.ifsudestemg.edu.br
	Período de matrícula	Campi

ANEXO VIII
Declaração de ME/EPP

Declaramos para os efeitos do disposto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, que a Empresa....., inscrita no CNPJ sob o nº, está enquadrada na categoria.....(microempresa ou empresa de pequeno porte), bem como não está incluída nas hipóteses do § 4º, do art.3º, da Lei supracitada.

Local e data,

NOME E ASSINATURA DO
REPRESENTANTE DA EMPRESA