ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS
EDITAL PARA CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

DISPOSIÇÕES INICIAIS

A DME Distribuição S.A. - DMED celebrou em 16 de novembro de 2016, com a Agência Cervantes, o Contrato de Prestação de Serviços nº 079/2016, para prestação de serviço contínuo para execução de atividades de publicidade, previstas na Lei Federal n° 12.232, de 29 de abril de 2010, e de acordo com o Processo Licitatório nos termos da Lei 13.303/2016.

Diante deste contexto, tendo em vista a impossibilidade de nova prorrogação da vigência contratual, solicitamos abertura de processo licitatório, objetivando a contratação de agência de publicidade e propaganda para continuidade da prestação de serviços de publicidade.

DEFINIÇÕES

Considera-se "serviços de publicidade" o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, bem como endomarketing, com o objetivo de difundir ideias e de informar ao público em geral.

A contratação em tela será realizada pelas empresas DME Distribuição S.A. – DMED e DME Energética S.A. – DMEE, visando atender as necessidades de divulgação, para reconhecimento e fortalecimento da imagem, bem como a garantia de comunicação eficaz de informações pertinentes.

Nesse sentido, para as concessionárias distribuidoras de energia elétrica, a Resolução n° 414/2010 da Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), dispõe o seguinte:

Art. 143. A distribuidora deve desenvolver e implementar, em caráter rotineiro e de maneira eficaz, campanhas com vistas a: I – informar ao consumidor, em particular e ao público em geral, sobre os cuidados especiais que a energia elétrica requer na sua utilização; II – divulgar os direitos e deveres específicos do consumidor de energia elétrica; III – orientar sobre a utilização racional da energia elétrica; IV – manter atualizado o cadastro das unidades consumidoras; V – informar ao consumidor, em particular e ao público em geral, sobre a importância do cadastramento da existência de equipamentos elétricos essenciais à sobrevivência humana, conforme previsto no § 7o do art. 27; e VI – divulgar outras orientações por determinação da ANEEL.
Art. 144. A distribuidora deve promover, de forma permanente, ações de combate ao uso irregular da energia elétrica.

O serviço deve ser prestado de maneira continuada. A interrupção abrupta do serviço pode comprometer a comunicação mantida com o público, acarretando em prejuízos. Nesse sentido é o entendimento do TCU e do TCE-MG, vejamos:

Em sessão de Pleno realizada no dia 14/08/2019, o Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais (TCEMG) decidiu que "os contratos de publicidade institucional de atos, programas, obras, serviços e campanhas de orientação social ou de caráter informativo, com agências de publicidade, podem ser considerados de natureza contínua". A decisão foi a resposta a uma Consulta (processo nº1.007.553), formulada pelo prefeito de Paracatu, Olavo Remigio Condé. A proposta de redação da Consulta aprovada foi emitida pelo conselheiro Sebastião Helvecio, relator do processo.
Fonte:https://www.tce.mg.gov.br/noticia/Detalhe/111623902#:~:text=TCEMG%20entende%20que%20publicidade%20p%C3%BAblica%20pode%20ser%20servi%C3%A7o%20de%20presta%C3%A7%C3%A3o%20cont%C3%ADnua,-14%2F08%2F2019

PROCESSO LICITATÓRIO

Foi celebrado o **Termo de Cooperação Técnica 014/2021**, para realização de processo de contratação único para as empresas DME Distribuição S.A. – DMED e DME Energética S.A. – DMEE.

Pela especificidade do serviço a ser prestado, e também por exigência da referida lei, esta licitação deverá ser aberta na modalidade **tipo Melhor Técnica e Preço.**

Prazo de Contratação: 12 meses, podendo ser prorrogado por até 60 meses.

A contratação está estimada no valor de R$ 265.000,00 (duzentos e sessenta e cinco mil reais) para a DMED e R$ 80.000,00 (oitenta mil reais) para a DMEE, pelo período inicial de 12 (doze) meses.

Desta maneira, seguem abaixo, as especificidades para esta contratação, de acordo com a lei.

1 - CHAMAMENTO PÚBLICO

As propostas técnicas desta licitação deverão ser analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

Assim, se faz necessário a abertura prévia e imediata, independente e em paralelo a elaboração deste edital, para evitarmos possíveis atrasos e morosidade no processo, de um Edital de Chamamento Público objetivando a inscrições de profissionais formados em comunicação,

publicidade ou marketing, para que participem do sorteio para composição desta Subcomissão Técnica a ser constituída para análise e julgamento das propostas técnicas a serem apresentadas nesta licitação a ser instaurada pelas empresas DME.

1.1 PRAZO PARA INSCRIÇÃO:

O prazo para inscrição no chamamento público deverá ser de no mínimo 1 semana (dias úteis), no horário de funcionamento do protocolo das empresas DME.

Condições para inscrição:

Poderão se inscrever no presente Chamamento Público os profissionais formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem comprovadamente em uma dessas áreas.

Para efetivar a inscrição, os interessados deverão protocolar a ficha de inscrição (ANEXO I), acompanhada dos documentos pessoais necessários.

A relação dos profissionais inscritos e a data da sessão pública a ser realizada para o sorteio dos nomes que irão compor a Subcomissão Técnica serão publicadas no Diário Oficial do Município com, pelo menos, 10 (dez) dias de antecedência em relação à data que vier a ser fixada para a realização da sessão de sorteio.

1.2 OBJETIVO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

Os profissionais sorteados irão atuar na Subcomissão Técnica, que tem por objetivo analisar e julgar as propostas técnicas a serem apresentadas pelas empresas que irão participar da licitação a ser promovida pelas empresas DME, para a contratação de Agência para a prestação de serviços de publicidade.

1.3 DOCUMENTOS PARA INSCRIÇÃO:

A inscrição do profissional para participar do sorteio dos integrantes da

Subcomissão Técnica será efetivada mediante a apresentação dos seguintes documentos:

a) ficha de inscrição, contendo a declaração do profissional de que mantém ou não mantém vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a DME;
b) diploma de conclusão de curso de graduação na área de comunicação, publicidade ou marketing, fornecido por instituição de ensino superior reconhecida pelo Ministério da Educação, devidamente registrado, ou comprovação escrita que atuem em uma dessas áreas;
c) cédula de identidade ou documento equivalente, com foto;
d) comprovante de inscrição no CPF - Cadastro de Pessoas Físicas;
e) documento comprobatório do vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com as empresas DME, quando for o caso.

1.4 DEFINIÇÃO DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

A Subcomissão Técnica a ser constituída será composta por 3 (três) membros.

A definição dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública com data, horário e local a serem oportunamente divulgados no Diário Oficial do Município.

Após o término do prazo de inscrição, a relação dos profissionais inscritos será publicada, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

O sorteio dar-se-á entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da Subcomissão, previamente cadastrados nos termos, sendo que pelo menos 1/3 dos profissionais não poderá ter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com as empresas DME.

Os profissionais sorteados para compor a Subcomissão Técnica não serão remunerados.

1.5 SORTEIO:

A sessão pública para o sorteio dos nomes que irão compor a Subcomissão Técnica será realizada após a decisão motivada de eventual impugnação, em data previamente designada, garantida a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica de acordo com a proporcionalidade do número de membros, sendo 2 (dois) membros que não mantenham vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com as empresas DME e 1 (um) membro que mantenha vínculo funcional ou contratual, direito ou indireto, com as empresas DME.

O resultado do sorteio deverá publicado no Diário Oficial do Município e no site das empresas DME (www.dmepc.com.br), na parte de Licitações.

2 - EDITAL DE LICITAÇÃO

2.1 OBJETO:

O contrato de serviços de publicidade a ser adjudicado à empresa vencedora desta Licitação terá por objeto a execução de atividades de publicidade, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial, as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

Poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:
I - ao planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias,

visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

É vedado incluir outros serviços não previstos acima, em especial as atividades de pesquisas de opinião, promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação.

2.2 INFORMAÇÕES BÁSICAS:

O objeto licitado será adjudicado para uma agência de propaganda, para atendimento das empresas DME, através da Assessoria de Comunicação.

Será permitida a subcontratação apenas dos serviços de execução externa, vedada a subcontratação dos serviços, tais como estudos, planejamento, conceituação, concepção, criação e execução interna, cujos quesitos correspondentes foram objeto de pontuação na fase de classificação desta licitação.

Ao todo serão 05 envelopes distintos para esta licitação. Os envelopes com as Propostas Técnicas (Envelopes 1 a 3) e as Propostas de Preços (Envelope 4) serão entregues à Comissão Permanente de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário determinados futuramente. Já os documentos de habilitação deverão ser apresentados, após convocação, em um invólucro (INVÓLUCRO 5), apenas pelo Licitante classificado no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.

INVÓLUCRO 1 – PROPOSTA TÉCNICA

PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

INVÓLUCRO 2 – PROPOSTA TÉCNICA
PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA IDENTIFICADA

INVÓLUCRO 3 – PROPOSTA TÉCNICA
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

INVÓLUCRO 4 – PROPOSTA COMERCIAL

INVOLUCRO 5 – HABILITAÇÃO (SOMENTE PARA A CLASSIFICADA)

O Invólucro 1 – Plano de Comunicação - Via Não Identificada, não deverá conter qualquer tipo de identificação e será fornecido pelas empresas DME.

O Invólucro 5, contendo os Documentos de Habilitação, será entregue nos termos de convocação específica daquele Licitante classificado no julgamento final das Propostas Técnica e Comercial.

Os Documentos de Habilitação e/ou as Propostas recebidas abertas ou por correspondência eletrônica (e-mail) não serão considerados.

2.3 PESSOAL:

A empresa deverá apresentar, conforme ANEXO III desta especificação, declaração de que assume o compromisso de disponibilizar no ato da contratação equipe técnica contendo no mínimo:

a) 01 (um) publicitário
b) 01 (um) responsável pela produção de imagens e fotos;
c) 01 (um) coordenador geral

- No ato da contratação a Licitante vencedora deverá comprovar o vínculo contratual dos profissionais citados acima e que serão colocados à disposição das empresas DME. Será obrigatória nesse momento, a apresentação de currículos sucintos com respectivas comprovações de dados neles contidos;
- A equipe que exercerá o trabalho junto às empresas DME deverá ser a mesma apresentada no ato da assinatura do contrato, podendo ser alterada futuramente, mediante apresentação de justificativa, que será submetida à

aprovação da Assessoria de Comunicação, sendo que o currículo do futuro profissional deverá, obrigatoriamente, ser igual ou superior ao daquele que constou da proposta;
- A empresa deverá apresentar-se às empresas DME ou em local por ela designados, sempre que solicitado;
- Indicar, por escrito e no ato da assinatura do Contrato, um representante para, em seu nome, coordenar a execução dos serviços, com poderes para deliberar sobre todas as questões relacionadas com o presente Contrato.

2.4 HABILITAÇÃO:

Os documentos de habilitação deverão ser apresentados, após convocação, em um invólucro (INVÓLUCRO 5), apenas pelo Licitante classificado no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.

REGULARIDADE ESPECÍFICA / QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

- Registro da licitante
a) Na Associação Brasileira de Agências de Propaganda (ABAP);
OU
b) No Sindicato de Classe no Estado ou na cidade sede da licitante;

NOTA: Caso não exista Sindicato de Classe no Estado ou na cidade sede da licitante, deverá ser apresentada Declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO.

- Certificado de Qualidade Técnica expedido pelo CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão, nos termos do art. 4º, § 1º da Lei Federal 12.232/2010.

- Atestado (s) expedido (s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove (m) que a LICITANTE executou 04 (quatro) campanhas publicitárias completas compatíveis com objeto desta licitação.

- Para a comprovação do contido no item 2, SERÁ ACEITO O SOMATÓRIO DE ATESTADOS.

- Relação da estrutura básica da Licitante, contendo indicação das instalações e do aparelhamento adequado e disponível à execução dos serviços, bem como da Equipe Técnica que se responsabilizará pelos trabalhos

2.5 PROPOSTA TÉCNICA:

A Proposta Técnica, cujo conteúdo especificaremos abaixo, deverá reunir os elementos necessários à avaliação da capacitação técnica dos interessados, para a execução dos serviços de publicidade, de que trata o objeto da licitação. Ela será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no Briefing (ANEXO IV) e de um conjunto de informações referentes ao Licitante.

Todos os conteúdos deverão estar em língua portuguesa, salvo quanto aos termos técnicos de uso corrente, sem emendas, ressalvas ou rasuras, com páginas numeradas sequencialmente.

A Proposta Técnica consiste na apresentação dos quesitos especificados, em laudas quantificadas adiante, cada uma contendo no máximo 30 linhas, com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12, com espaçamento entre linhas 1,5, com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página. Exceção para o Portfólio, que deverá ser apresentado como anexo.

A Proposta Técnica deverá ser apresentada em 3 (três) invólucros distintos e fechados, sendo um para a Proposta Técnica – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO 1), um para a Proposta Técnica – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO 2) e outro para a Proposta Técnica – Conjunto de Informações (INVÓLUCRO ENVELOPE 3).

A Proposta Técnica – Invólucros 1, 2 e 3 – deverá ser elaborada em estrita observância das condições indicadas no Briefing e deverá ser apresentada em 3 (três) invólucros distintos, lacrados.

O invólucro 1, destinado à apresentação da Proposta Técnica – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, será padronizado e fornecido previamente pela CONTRATANTE, sem nenhum tipo de identificação.

O envelope deverá ser retirado na Supervisão de Suprimentos das empresas DME, em horário a ser estipulado.

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

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

a) apresentar palavra, marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da Licitante;
b) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da Licitante.

No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada e terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela Licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

No Invólucro nº 3, bem como em seu conteúdo, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela Licitante e poderá ser

constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

ENVELOPES 1 E 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O **Plano de Comunicação** deve ser elaborado com base nas informações contidas no **Briefing,** devendo englobar os seguintes quesitos:

A. Raciocínio Básico – Texto apresentado em formato A4, de até 3 (três) laudas, com 30 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CONTRATANTE, a compreensão da Licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deve conter a avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pela CONTRATANTE, considerando a compreensão de suas atividades, de sua relação com seus diversos públicos e de sua dimensão social, política e econômica.

B. Estratégia de Comunicação Publicitária – Texto apresentado em formato A4, de até 3 (três) laudas, com 30 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, onde será apresentado e definido o conceito, que de acordo com o raciocínio básico, deverá fundamentar a proposta de solução do problema de comunicação apresentado no Briefing, formulando a defesa dessa opção, definindo assim os objetivos e metas de comunicação e como a (s) campanha (s) publicitária (s) apresentada(s) no item "Ideia Criativa" pretendem resolvê-los.

C. Ideia Criativa – Texto apresentado em formato A4, de até 2 (três) laudas, com 30 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, apresentando a

resposta criativa da Licitante aos desafios e metas por ele explicitados na "Estratégia de Comunicação Publicitária", contendo os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no Briefing; acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros e storyboards) de peças da campanha para cada meio de divulgação nela proposto pela Licitante. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30 cm (formato A3) e as peças eletrônicas em CD, DVD ou Pen drive. Fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio (esboços, layouts, spots, storyboards, etc). Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido de texto, de 2 laudas, proposto neste item.

D. Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto apresentado em formato A4, de até 2 (duas) laudas, com 30 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, em que a Licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas sugeridas, em função da verba disponível para a campanha apresentada, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir os públicos prioritários da campanha e apresentará as alternativas de mídias segmentadas. Será permitida a inclusão de planilhas e quadro-resumo para identificação das peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, simulação das inserções, período de veiculação e custos nominais de produção e de veiculação, em função da verba disponível para a campanha apresentada. As planilhas e quadro-resumo não fazem parte do limite estabelecido de duas laudas para este item.

- Na simulação do plano de distribuição de peças previstas no item acima:
    1) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos, ou seja, deve ser desconsiderado o repasse do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
    2) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;
    3) devem ser considerados os custos de produção com valores reais do mercado.

ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

A. Capacidade de Atendimento – Texto em formato A4, de até 20 (vinte) laudas, com 30 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, como para o conjunto dos subitens:
a) Histórico da Licitante e perfil dos seus principais executivos.
b) Indicação da estrutura operacional, instalações, infraestrutura, e recursos materiais disponíveis para a execução do contrato.
c) Relação de clientes atendidos e respectivos produtos, com a data do início e término do atendimento (quando for o caso).
d) Distribuição do número de empregados por departamento.
e) Sistemas operacionais adotados nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, produção eletrônica e mídia e outras informações que a Licitante julgar relevantes.
f) Declaração de que, caso vencedora, a Licitante irá executar o objeto desta Licitação com estrutura suficiente para atendimento das empresas DME, subscrita por representante legalmente habilitado da Licitante.

B. Investimento em Estrutura de Atendimento – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, através do qual a Licitante especificará investimentos em estrutura ou serviços a serem colocados sem ônus, à disposição do cliente. Discriminar se a agência possui acordos operacionais, parcerias ou empresas coligadas, que irão oferecer à Licitante bancos de dados, serviços de institutos de pesquisas, ferramentas que avaliem a eficácia da comunicação, acompanhamento de mídia, que possam ser usados para apoio, caso necessário, à comunicação da Licitante fora do Município.
C. Portfólio – Conjunto de trabalhos realizados pela Licitante, com no mínimo dez e no máximo doze peças de qualquer natureza, criadas ou veiculadas a partir de 2014, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes, spots e jingles em CDs, DVDs ou Pen Drives, apresentados em anexo. As fichas técnicas deverão conter a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida e o mês e ano de sua veiculação. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 42 x 30 (formato A3).

D. Cases – Duas campanhas de propaganda completas, veiculadas ou expostas a partir de 2014, desenvolvidas pela Licitante, com apresentação de relato dos problemas que cada campanha se propôs resolver e os resultados alcançados, referendado com a assinatura do anunciante, em até três laudas cada relato. Em anexo, deverão estar 5 (cinco) exemplos, no máximo, das peças utilizadas para cada um dos relatos. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 42 x 30 (formato A3).

VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

No julgamento das Propostas Técnicas serão adotados os seguintes procedimentos:

- A Subcomissão Técnica receberá e analisará, separadamente, dois grupos de envelope contendo as Propostas Técnicas apresentadas pelas Licitantes: os Envelopes 1, relativos ao Plano de Comunicação Publicitária Via não Identificada e os Envelopes 3, relativos ao Conjunto de Informações.

- A nota de cada Licitante, relativa a cada grupo de envelopes, será a soma das notas recebidas em cada subitem abaixo, considerando a seguinte pontuação máxima:

ENVELOPE 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

Raciocínio Básico - 25 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária - 15 pontos
Ideia Criativa - 20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia - 10 pontos
TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS - 70 PONTOS

ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

Capacidade de Atendimento - 05 pontos
Investimento em Estrutura de Atendimento - 05 pontos
Portfólio - 05 pontos

Cases - 05 pontos
TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS - 20 PONTOS

- As propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a subcomissão técnica observar os seguintes aspectos no julgamento de cada quesito:

I - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:
a) das características das empresas DME e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações das empresas DME com seus públicos;
c) do papel das empresas DME no atual contexto social, político e econômico;
d) do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo Briefing.

II - Estratégia de Comunicação Publicitária:
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao Briefing;
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da CONTRATANTE com seus diversos públicos, além de suas possibilidades de execução dentro dos parâmetros estabelecidos no Briefing;
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação apresentada em sua defesa.

III - Ideia Criativa:
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto nos dois subitens anteriores;
b) Sua pertinência às atividades das empresas DME e à sua inserção na sociedade;
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas;
d) A originalidade e simplicidade da ideia criativa e a inventividade no uso das mídias;
e) A exequibilidade das peças;

f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia:
a) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos, em conformidade com todo o conteúdo apresentado até agora no Plano de Comunicação (raciocino básico, ideia criativa e estratégia de comunicação);
b) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios;
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças;
d) a pertinência da mídia escolhida, a oportunidade e a economicidade no uso de recursos próprios de comunicação das empresas DME;
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

V - Capacidade de Atendimento:
a) O currículo dos principais executivos da Licitante, principalmente nas áreas de planejamento, criação, mídia e atendimento;
b) As estruturas técnica e operacional da Licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida, principalmente em relação ao quadro de profissionais que será colocado à disposição da CONTRATANTE;
c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a Licitante e a equipe técnica da CONTRATANTE.

VI - Investimento em Estrutura de Atendimento:
a) os investimentos e facilidades em estrutura ou serviços a serem colocados à disposição do cliente, tais como: banco de dados, pesquisas de opinião ou audiência, acordos operacionais com empresas ou consultorias especializadas em áreas não cobertas diretamente pela Licitante.

VII – Portfólio:
a) a qualidade e adequação do trabalho criativo;
b) a pertinência da solução apresentada ao problema de comunicação;

c) a qualidade de execução dos trabalhos.

VIII – Cases:
a) o encadeamento lógico da exposição;
b) a evidência de planejamento publicitário;
c) a consistência e relevância dos resultados apresentados pelas campanhas.

- A nota atribuída a determinado quesito será proporcional ao cumprimento de todos os aspectos acima citados para cada um deles;

- Cada aspecto será avaliado em relação aos requisitos constantes do Edital e seus anexos e, ainda, comparativamente em relação às demais propostas apresentadas, mediante justificativa expressa que aponte as diferenças existentes entre elas, sendo-lhe atribuída nota que variará conforme a seguinte escala: **PÉSSIMO (de 0 a 20% da nota) – RUIM (de 21 a 40% da nota) – REGULAR (de 41 a 60% da nota) – BOM (de 61 a 80% da nota) – MUITO BOM (de 81 a 90% da nota) – ÓTIMO (de 91 a 100% da nota).**

- Para efeito de julgamento pela Subcomissão Técnica, serão classificadas somente as Propostas Técnicas que obtiverem, no mínimo, 60% (sessenta por cento) do total de pontos de cada grupo, ou seja, 42 (quarenta e dois) pontos no Plano de Comunicação Via não Identificada e 12 (doze) pontos no Conjunto de Informações.

- Serão desclassificadas as Propostas:
1 - Que não contiverem todos os dados exigidos no Edital;
2 - Em que as Licitantes não demonstrarem possuir a qualificação, a experiência e a estrutura administrativa e técnica necessárias e adequadas para garantir a realização e conclusão do objeto licitado, obtendo índice de pontuação inferior ao estabelecido no item acima ou zero em qualquer um dos quesitos.
2.1 - Será determinada a pontuação obtida pelos Licitantes em cada envelope, por meio do somatório das médias aritméticas das notas atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica a cada um dos quesitos, observado o seguinte:

a) a pontuação atribuída a um quesito sempre deverá ser reavaliada quando a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída por cada membro da Subcomissão Técnica for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito;
b) persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

- Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da Licitante antes da abertura do invólucro, conforme já tratado anteriormente.

- Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

- Após identificada a autoria do Plano de Comunicação Publicitária pela Comissão Permanente de Licitação, serão desclassificadas as Proponentes que não obtiverem no mínimo, 70% (setenta por cento) do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Envelopes 1 e 3), ou seja, 63 (sessenta e três) pontos.

- Apuradas as pontuações de cada Licitante classificado na Etapa Técnica, será atribuída nota 10 (dez) àquele que houver obtido o maior número de pontos no conjunto da Proposta Técnica, atribuindo-se aos demais, notas diretamente proporcionais à sua classificação, por pontos, em relação

àquele que recebeu nota 10 (dez), de acordo com a seguinte fórmula:

$$NPT = 10 \times \frac{Ti}{To}, \text{ onde:}$$

NPT = nota da Proposta Técnica em exame, para efeito de sua classificação;
Ti = pontuação da Proposta Técnica em exame,
To = pontuação da melhor Proposta Técnica.

2.6 - PROPOSTA DE PREÇOS:

A Proposta Comercial – Invólucro 4, deverá conter os **percentuais de desconto** que serão concedidos às empresas DME, incidentes sobre os custos internos de produção da Agência, tendo como referência a Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços, observado o seguinte:

-Não será aceito desconto inferior a 70% (setenta por cento) em relação aos preços previstos na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela Licitante.

-Não será aceito desconto de 100% (cem por cento) em relação aos preços previstos na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela Licitante.

- A Proposta Comercial deverá ser redigida em português, impressa por processo eletrônico, sem emendas, rasuras, borrões, acréscimos ou entrelinhas, com suas páginas numeradas sequencialmente, em papel timbrado ou com carimbo padronizado da Licitante. Deverá ser datada e assinada na última folha, com o nome legível do signatário, responsável legal da Licitante. Deverá conter a denominação social, o endereço com

CEP, telefone, e-mail e o número da Licitação.

- No preço cotado pelas Licitantes considerar-se-ão todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta Licitação, tais como: despesas com mão de obra, incluindo sobreaviso e horas-extras, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte, tributos e contribuições fiscais, custos de administração, bem como lucro e quaisquer despesas acessórias, necessárias, não especificadas, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.

- Em nenhuma hipótese, será concedido prazo adicional para apresentação ou complementação dos documentos ou permitida a sua retificação.

- As Licitantes deverão apresentar, dentro do Envelope 4, duas vias da Proposta Comercial. Deverão constar na Proposta, obrigatoriamente, todos os textos contidos no modelo do ANEXO II, apresentado nesta especificação.

- O prazo de validade da Proposta Comercial deverá ser de 60 dias, a contar da data de sua apresentação.

- Considerar-se-á que o desconto a ser proposto deverá contemplar inclusão de impostos, taxas, despesas com mão de obra, despesas diretas e indiretas, inclusive as de mobilização e desmobilização, fornecimento de EPI's (equipamentos de proteção individual), comunicação, aluguéis, reprografia, veículos, combustíveis, serviços topográficos, controle tecnológico de materiais, demais despesas de escritório e de expediente, encargos de qualquer natureza Nenhuma reivindicação para pagamento adicional será considerada.

PREÇOS:

- O CONTRATANTE deverá pagar à Agência “honorários’’ de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores.

- A agência será paga pelos veículos de comunicação, somente pelo "desconto de agência" de 20% sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, nos termos das Normas Padrão da Atividade Publicitária.

- O preço dos serviços licitados não constantes da Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, será em conformidade com o discriminado abaixo:

a) Preço para veiculação em mídia impressa e eletrônica de acordo com a tabela de preços em vigor dos veículos de comunicação, na data da veiculação;

b) No caso de serviços que constam de tabelas de Entidades Representativas, seguirá o preço da tabela, desde que mais vantajoso para as empresas DME, ressalvada a possibilidade de oferecer descontos sobre a mesma.

- Os preços dos serviços realizados diretamente pela Licitante vencedora, com exclusão dos preços apurados na forma dos itens acima, serão prestados mediante honorários, tendo como parâmetro básico as referências de Custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, consolidado na tabela em vigor, com o respectivo percentual de desconto apresentado pela Licitante vencedora na proposta de preços;

- A Licitante vencedora não fará jus à remuneração de criação nos casos em que as peças sejam criadas pelos próprios profissionais da Assessoria de Comunicação das empresas DME, veiculadas nos canais de comunicação da DME ou através da rádio oficial do município, sendo assegurada, no entanto, a veiculação em outras mídias através da agência vencedora.

Valoração da proposta de preços:

– Deverá ser desclassificada a Proposta de Preços que:

- Não atender às exigências do edital, que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- Apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (Sinapro), a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria agência;
- Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) referente à produção de peças e materiais, cuja distribuição não proporcione à Licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.
- Apresentar percentual de "desconto de agência" superior a 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas.
- Não apresentarem desconto, ou apresentar desconto inferior a 70% (setenta por cento) ou de 100% (cem por cento), renunciando assim à totalidade da remuneração, em relação aos preços previstos na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela Licitante.
- Será desclassificada a Licitante que não atingir a pontuação mínima exigida das Proponentes nesta etapa da Licitação, a fim de que possam ser classificadas, que é de 7 (sete) pontos, o equivalente a 70% (setenta por cento) do total de pontos possíveis

As Propostas de Preços das Licitantes classificadas serão avaliadas e classificadas de acordo com os pontos atribuídos, da seguinte forma:

a) 10 (dez) pontos à Proposta que oferecer maior percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção (criação e montagem), apurados em relação aos previstos na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme a seguinte fórmula:

$NPC = 10 \times \frac{VNPdP}{}$, onde

VNMPdP

NPC = Nota da Proposta Comercial;
VNPdP = Valor numérico do percentual de desconto proposto;
VNMPdP = Valor numérico do maior percentual de desconto proposto.

2.7 PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

Os envelopes com as Propostas Técnicas (Envelopes 1 a 3) e as Propostas de Preços (Envelope 4) serão entregues à Comissão Permanente de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário determinados futuramente.

É vedada a presença e participação, na sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e Comercial, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

Os envelopes padronizados com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não deverão ser recebidos pela Comissão Permanente de Licitação no caso de apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a Licitante.

As propostas, com exceção da via não identificada, serão rubricadas pelos seus respectivos membros e pelos representantes das Licitantes presentes à sessão, facultada a designação de um deles para representar todas as Licitantes.

Os Envelopes abertos e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento, lavrando-se ata que deverá ser firmada por todos os seus membros, com declaração expressa do recebimento dos envelopes, que permanecerão na sede das empresas DME.

A Subcomissão Técnica procederá à análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (Envelope 1) e do Conjunto de Informações (Envelope 3), respeitado o procedimento, critérios e quesitos estabelecidos no item 2.5 desta especificação,

desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas.

Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

Recebidas as atas de julgamento, a Comissão Permanente de Licitação convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) Abertura do Envelope 2 com a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
b) Cotejo entre as Vias Identificadas e as Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
c) Verificação da Pontuação Total obtida pelos licitantes, considerados os dois Envelopes (1 e 3), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista nos subitens do item 2.5 desta especificação e desclassificação daqueles que não obtiverem a pontuação mínima exigida de 70% (setenta por cento) do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Envelopes 1 e 3).
d) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica, obtendo-se a classificação dessa etapa, observado o disposto de critérios de julgamento do item 2.5.2 desta especificação.
e) Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as Propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da sua publicação, com a indicação das Licitantes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome das Licitantes.

Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Permanente de Licitação convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à abertura do Envelope 4 com as Propostas de Preços dos Licitantes classificados na fase anterior, adotando-se o procedimento e regras previstas no item 2.6 desta especificação

Cabe recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, no prazo de cinco dias úteis da sua publicação.

Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, a Comissão Permanente de Licitação apurará os vencedores nos termos do item 2.8 desta especificação e convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à apresentação do Envelope 5 – Documentos de Habilitação pela Licitante classificada no julgamento final das propostas, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e nessa Licitação.

A avaliação dos documentos de habilitação será feita com base nas exigências legais, bem como de acordo com as disposições previstas no item 2.4 Habilitação desta especificação, sendo consideradas habilitadas as que atenderem todas as exigências previstas no referido item.

Inabilitada qualquer das Licitantes que tenha sido considerada vencedora, essa deverá ser desclassificada e excluída da lista de classificação final e a Comissão Permanente de Licitação repetirá os atos previstos a partir dos dois itens acima, observando a nova classificação final.

2.8 - CLASSIFICAÇÃO FINAL:

- A classificação das Licitantes se dará de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas Técnica e de Preço, considerando que a Proposta Técnica terá como pontuação máxima 70% (setenta por cento) do total possível de pontos e a Proposta Comercial terá como pontuação máxima 30% (trinta por cento) do total possível de pontos.

- As notas das Propostas Técnicas terão peso 7 (sete) e as notas das Propostas de Preços terão peso 3 (três), sendo classificadas as Licitantes, segundo a ordem decrescente da nota média ponderada, obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

$$NMP = \frac{7(NPT) + 3(NPC)}{10}$$, onde:

NMP = nota média ponderada final;
NPT = nota da Proposta Técnica;
NPC = nota da Proposta Comercial

- No cálculo da Nota Média Ponderada Final (NMP), será adotada a precisão até a segunda casa após a vírgula e arredondamento para o centésimo superior para valores iguais ou superiores a 0,005.

- Para efeito de desempate entre os Licitantes que obtiverem a mesma Nota Média Ponderada Final, será considerada a maior nota obtida nos seguintes quesitos, pela ordem:

1- Raciocínio Básico
2- Ideia Criativa
3- Estratégia de Comunicação Publicitária
4- Portfólio
5- Capacidade de Atendimento
6- Investimento em Estrutura de Atendimento
7- Estratégia de Mídia e Não Mídia
8- Cases

- Persistindo o empate na classificação final, após verificadas as normas de desempate estabelecidas acima, o Processo Licitatório será decidido por sorteio, em sessão pública, para a qual serão todas as Licitantes convocadas.

2.9 - APURAÇÃO DOS VENCEDORES:

A agência vencedora é aquela que obtiver maior Nota Média Ponderada Final.

2.10 FORMA DE REMUNERAÇÃO DA LICITANTE VENCEDORA:

- As remunerações descritas nos itens abaixo incluem todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita execução dos serviços, tais como as despesas com mão de obra e os encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal e de seguros, tributos e contribuições fiscais, assim como o lucro, razão pela qual nenhum outro valor será devido pela CONTRATANTE em decorrência da execução dos serviços contratados.

- A Contratada será remunerada na forma das disposições legais aplicáveis à espécie, obedecido o desconto fixo concedido na sua Proposta Comercial, sobre os custos internos de produção estabelecidos na Lista de Referência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

- Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a fornecedores especializados, desde que credenciados pela DME, não se admitindo a sua seleção aleatoriamente pela agência de propaganda.

2.10.1 PAGAMENTO

As empresas DME efetuarão os pagamentos mensais à Licitante vencedora após a entrega da nota fiscal / fatura, atestada pelo órgão responsável pelo recebimento de todo serviço da respectiva nota, acompanhada dos seguintes documentos:
- Faturamento original dos veículos e / ou Notas Fiscais de fornecedores conforme cada caso, com a discriminação obrigatória do período da prestação de serviços;
- Comprovante (jornais: páginas inteiras, com identificação e data; revistas: números completos; rádio, televisão e outdoor: mapas de exibição; etc.)
- Grades de programação.

- Cópia das autorizações enviadas aos veículos e / ou representantes.
- Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, as empresas DME, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com glosa da parte que considerar indevida.
- Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.
- As empresas DME se eximem do pagamento de quaisquer despesas, quer oriundas de veiculação, quer de produção e / ou outras que a Licitante Vencedora faça, sem prévia aprovação escrita da Assessoria de Comunicação.
- Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela Licitante Vencedora, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pelas empresas DME.
- Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância pela Licitante Vencedora de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

2.12 CONDIÇÕES DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS:

- Os serviços deverão ser executados de acordo com as orientações expedidas pela Assessoria de Comunicação, a quem compete a solicitação, definição das peças e / ou campanhas a serem divulgadas.

- Para cada peça e/ou campanha publicitária será exigida, da Licitante Vencedora a apresentação prévia de até 03 (três) estudos indicativos da forma e do conteúdo da peça e/ou campanha antes da autorização de produção e veiculação, assegurando-se, neste caso, o sigilo dos estudos apresentados. Novas propostas de campanha poderão ser exigidas se as primeiras não atenderem aos objetivos propostos pelas empresas DME, sem ônus adicionais.

- Para a realização dos serviços objeto da presente licitação as empresas DME analisarão o conteúdo e o preço, devendo este estar compatível com o praticado no mercado. O serviço somente será realizado após a aprovação formal da Assessoria de Comunicação.

2.13 OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

- A Licitante vencedora firmará Contrato de Prestação de Serviços com as empresas DME pelo prazo de 12 (doze) meses, com vigência a contar da data da sua assinatura, podendo ser prorrogada nos termos da Lei, mediante assinatura de Termo Aditivo.

- Atender aos critérios das empresas DME e sob sua supervisão, nos termos da lei, quanto aos custos dos materiais, produtos e/ou serviços a serem fornecidos por terceiros, não abrangidos pelo objeto social da Licitante vencedora.

- Executar com pontualidade, os serviços, objeto da presente licitação, cumprindo rigorosamente cronogramas definidos circunstancialmente entre Licitante vencedora e as empresas DME.

- Responsabilizar-se por todos os serviços especificados no Contrato, de modo a garantir sua plena execução, utilizando equipamentos adequados e pessoal técnico qualificado.

- Responsabilizar-se pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais decorrentes da execução dos serviços, os quais não poderão, na hipótese de inadimplência da Licitante vencedora, ser transferidos às empresas DME.

- Responder por danos dolosos ou culposos causados aos bens do Município, à sua imagem ou à de terceiros, por seus funcionários e / ou terceiros que estejam trabalhando sob sua orientação e / ou em decorrência dos serviços prestados.

- Reparar, às suas expensas, os serviços rejeitados pelas empresas DME, efetuados em discordância com o previamente estabelecido pela Assessoria de Comunicação.

- Manter as condições de habilitação e qualificação durante a vigência do Contrato.

- A Licitante vencedora deverá, comprovadamente atender ao chamado das empresas DME no prazo de 24 (vinte quatro) horas, sempre que solicitada.

- Cumprir todas as normas éticas e técnicas aplicáveis para a boa execução dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros.

- A Contratada irá desenvolver Campanhas Publicitárias à medida da necessidade verificada pelas empresas DME, seja quanto a campanhas informativas, educacionais, institucionais, etc., conforme solicitações emitidas pela Assessoria de Comunicação.

- Os Honorários pela execução dos serviços, despesas com deslocamentos de equipamentos, e outros que incidam sobre o objeto do presente contrato, dentro do Município, estão inclusos no percentual da Tabela e Comissão da Agência.

- Responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que autorizada a execução através de terceiros, observadas as normas éticas e técnicas aplicáveis.

- Responsabilizar-se por qualquer infração do direito de uso de ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, respondendo por eventuais indenizações.

- Apresentar, sempre que solicitado, os comprovantes de pagamento dos encargos previdenciários de seus funcionários bem como de contratados que prestam serviços junto à CONTRATANTE.

- Cumprir toda a legislação pertinente à área de Publicidade, Jornalismo e outras correlatas.

- A Contratada deverá discriminar em sua Nota Fiscal/Fatura os serviços prestados.

- Caso a Contratada não possua sede no Município, a mesma terá o prazo de 30 (trinta) dias úteis a contar da assinatura do contrato, para apresentar um endereço para:
a) atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e previsão de pagamento;
b) apresentar à CONTRATANTE, para pagamento, os custos e as despesas de veiculação acompanhados de demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente. Nas praças não cobertas por serviço de checagem deve ser apresentada Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável legal da empresa ou outro com poderes para tal, nome do programa, dia e horário da veiculação;
c) repassar à 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.

2.14 OBSERVAÇÕES GERAIS:

- Os Licitantes deverão assumir todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e as empresas DME não serão, em nenhum caso, responsáveis por estes custos, independente do resultado do processo licitatório.

- Todo o material apresentado pelas Licitantes deverá ser recolhido pelas mesmas, na Assessoria de Comunicação em até 15 (quinze) dias após a publicação do ato de homologação desta licitação, sob pena de lhes ser dada destinação que a Administração definir.

- Para os efeitos desta Licitação, considera-se Agência de Propaganda a definição prevista na Lei 4.680, de 18 de junho de 1.965.

- A Fiscalização da Contratada e guarda de toda a documentação resultante deste caberá à Assessoria de Comunicação.

- 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 de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente. Nas praças não cobertas por serviço de checagem, deve ser apresentada Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as informações constantes no item abaixo.
a) razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável legal da empresa ou outro com poderes para tal, nome do programa, dia e horário da veiculação. Esta declaração deverá ter firma reconhecida notarialmente.
b) Pertencem à 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.
- Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.

- O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá a apresentação pela Contratada à CONTRATANTE de três orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

- No caso do item acima, a Contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a R$ 50.000,00, conforme Inciso II, art. 28, § 1º do RILIC.

São anexos:

- Anexo I – Ficha de Inscrição para Chamamento Público
- Anexo II – Modelo Carta Proposta (preço)
- Anexo III – Declaração de Disponibilidade de Pessoal
- Anexo IV - Briefing
- Termos de Referência e Comprometimentos Orçamentários devidamente assinados
- Termo de Cooperação Técnica n° 014/2021

Assessoria de Comunicação

ANEXO I
- FICHA DE INSCRIÇÃO -

NOME:	
NACIONALIDADE:	ESTADO CIVIL:
PROFISSÃO:	
LOCAL DE TRABALHO:	
RG:	CPF:
ENDEREÇO:	
TELEFONE:	E-MAIL:

Solicito minha inscrição para participar do sorteio para compor a Subcomissão Técnica responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas que serão apresentadas na licitação que será promovida pelas empresas DME DISTRIBUIÇÃO S/A e DME ENERGÉTICA S/A, do tipo técnica e preço, para contratação de Agência para prestação de serviços de publicidade e propaganda.

Declaro, para os fins a que se destina, que _____ (mantenho/não mantenho) vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com as empresas DME.

Poços de Caldas, ___ de _____ de 2021.

_____
ASSINATURA

Observação: anexar os documentos especificados no Edital de Chamamento Público.

ANEXO II
MODELO DE CARTA-PROPOSTA

DME
À COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
LICITAÇÃO DE PUBLICIDADE
Assunto: Edital XXXX/2021 **Data: ___ / ___ / ____**

Objeto: Contratação dos serviços de publicidade através de agência de publicidade e propaganda.

Prezados Senhores:
Após tomarmos conhecimento de todos os documentos deste Edital de Licitação, submetemos à apreciação da **CONTRATANTE** a nossa proposta de preços.
Certificamos que todos os documentos foram examinados, e que assumimos total responsabilidade por quaisquer erros ou omissões na preparação desta proposta.
Confirmamos a disponibilidade de equipamentos e equipe técnica necessária à execução dos serviços, por ocasião da contratação nos termos do Anexo ..... (verificar numeração no Edital do anexo de disponibilidade de pessoal).

SERVIÇOS	**FORMA DE PAGAMENTO**	**VALOR DO DESCONTO CONCEDIDO EM (%)**
Contratação dos serviços de publicidade	Percentual de desconto concedido sobre os custos internos de produção (criação e montagem) de propaganda, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais (SINAPRO)	**___ % (extenso) _____**

No caso de adjudicação do objeto licitado, concordamos em assinar os Contratos no prazo estabelecido pela **CONTRATANTE.**

Declaramos:
aceitar integralmente as regras deste **Processo Licitatório**, bem como a legislação a que ela está subordinada;

não adotar relação trabalhista caracterizando trabalho forçado ou análogo a trabalho escravo, para fins do disposto nas Leis n º 9.777, de 30/12/1998, nº 10803, de 11/12/2003 e Lei Complementar nº 75, de 20/05/93;
conhecer o volume de serviços a serem executados, bem como possuir equipe técnica qualificada que atenda à perfeita prestação dos serviços objeto desta contratação.;

As condições apresentadas nesta proposta serão mantidas por um período de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação.

Caso seja declarado vencedor, a pessoa indicada para assinatura do instrumento contratual é:
NOME COMPLETO: .....
CARGO/QUALIFICAÇÃO: .....
CPF OU IDENTIDADE:.....

_____

Assinatura do representante legal da Licitante (devidamente qualificado)

Razão Social:
CNPJ/MF:
Endereço:
CEP:
Telefone:

ANEXO III
DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE PESSOAL

no mínimo, o seguinte pessoal:

a) 01 (um) publicitário;
b) 01 (um) responsável pela produção de imagens e fotos;
c) 01 (um) coordenador geral.

No caso de adjudicação do objeto licitado, concordamos em comprovar o vínculo empregatício dos profissionais citados acima e que serão colocados à disposição das empresas DME, através da apresentação de currículos sucintos com respectivas comprovações de dados neles contidos.
Declaramos também que a equipe que exercerá o trabalho junto às empresas DME será a mesma apresentada no ato da contratação. E havendo alterações futuras nos comprometemos a disponibilizar outro profissional com currículo igual ou superior daquele que constou na primeira proposta.

Por ser verdade,
Firma a presente.

Poços de Caldas, ……./……../2021.

_____
Licitante

ANEXO IV

BRIEFING

O *Briefing é o documento elaborado pelo contratante no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para a elaboração da proposta técnica, solicitada no edital, pela licitante.*

ANEEL - A Agência Nacional de Energia Elétrica

A Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), autarquia em regime especial vinculada ao Ministério de Minas e Energia, foi criada para regular o setor elétrico brasileiro, por meio da Lei nº 9.427/1996 e do Decreto nº 2.335/1997.
A ANEEL iniciou suas atividades em dezembro de 1997, tendo como principais atribuições:

- Regular a geração (produção), transmissão, distribuição e comercialização de energia elétrica;
- Fiscalizar, diretamente ou mediante convênios com órgãos estaduais, as concessões, as permissões e os serviços de energia elétrica;
- Implementar as políticas e diretrizes do governo federal relativas à exploração da energia elétrica e ao aproveitamento dos potenciais hidráulicos;
- Estabelecer tarifas;
- Dirimir as divergências, na esfera administrativa, entre os agentes e entre esses agentes e os consumidores, e
- Promover as atividades de outorgas de concessão, permissão e autorização de empreendimentos e serviços de energia elétrica, por delegação do Governo Federal.

(Fonte: aneel.gov.br)

HISTÓRIA

Poços de Caldas antes da primeira usina

Quando dizem que Poços de Caldas tem uma história de muita energia, acredite, não é por acaso. Desde a sua fundação em 6 de novembro de 1872, a cidade encanta a todos pelas suas belezas naturais e, principalmente, pelas suas conhecidas águas termais, que, aliás, foram a principal fonte para o início desta longa história.

A "Villa", como a cidade era conhecida em seus primeiros anos, sempre demonstrou que tinha de fato uma luz especial. Mesmo antes da energia elétrica tal como conhecemos hoje, o pequeno povoado com 332 casas, 20 ruas, uma praça e aproximadamente 2.000 habitantes já era iluminado por lampiões de acendimento manual abastecidos com azeite de peixe, hidrogênio líquido, gás carbônico ou querosene.

Alguns anos depois, em 1887, indícios levam a crer que surgiram as primeiras faíscas elétricas produzidas por João Batista Pansini na oficina dos fundos da casa do Coronel Agostinho da Costa Junqueira, um visionário que buscava sempre apoiar o desenvolvimento da pequena Villa. A partir daí, a história de Poços de Caldas se confunde ainda mais com produção de energia, sendo uma das cidades pioneiras e reconhecidas por sua brilhante trajetória em todo o Brasil.

O início de uma história de energia

O primeiro passo rumo ao futuro já havia sido dado. Antes mesmo de a Villa receber luz produzida por meio da eletricidade, as ruas já recebiam iluminação mesmo que de forma totalmente manual. Assim, dos lampiões abastecidos a querosene até a primeira lâmpada incandescente se acender, apesar de terem se passado apenas alguns anos, o caminho foi longo cheio de surpresas.

Percebendo a vocação do município para o setor energético, em 1895, a primeira proposta de serviço de iluminação pública partiu da Luiz Botelho e Cia, empresa que, curiosamente, nem mesmo operava no ramo de energia elétrica. As condições apresentadas pela companhia não agradaram aos políticos da época, que deixaram para um pouco mais tarde os planos de trazer iluminação elétrica ao pequeno vilarejo.

Anos depois, em 1897, outra proposta foi apresentada ao município, mas, desta vez, para alegria do pequeno povoado de dois mil habitantes, foi rapidamente aceita. O contrato para oferecer iluminação pública e privada à Villa, firmado com o Coronel Otaviano Ferreira Brito, fazendeiro da vizinha cidade de Alfenas, deu origem ao início de uma iluminada história.

A pioneira

Um grande empreendimento que mudaria para sempre a história de Poços de Caldas. Assim poderia ser chamado o projeto da primeira usina hidrelétrica da cidade. Com um valor estimado de 160:000$000 (cento e sessenta contos de réis), a obra foi considerada um grande marco, além de um exemplo de pioneirismo e visão no futuro.

Inaugurada por Octaviano Ferreira de Brito em 1º de Setembro de 1898, a Pequena Usina Hidrelétrica construída na Cachoeira das Antas gerava 25 kVA, o suficiente para levar iluminação a 150 lâmpadas incandescentes de vela distribuídas pelas ruas e praças e também às 332 casas da Villa. Com isso, não foi apenas a vida dos poucos moradores da Villa que se transformou, mas sim a história da cidade toda.

Nasce o Departamento Municipal de Eletricidade

Com a Villa crescendo a todo vapor, a cidade precisava de ainda mais energia para acompanhar todo esse crescimento. Então, em 1902, a Costa & Companhia assumiu a concessão e promoveu um aumento significativo na capacidade de geração de energia.

Após 25 anos de concessão, em 1927, a prefeitura assume os direitos de exploração da energia elétrica na cidade e assina um contrato junto ao governo do estado de Minas Gerais recebendo todo o acervo elétrico. Nessa mesma época, período de ouro dos cassinos, a cidade das águas tornava-se um dos maiores centros de visitação turística país.

Assim, percebendo a necessidade de dar suporte a esse grande potencial turístico e a uma cidade que não parava de crescer, em 12 de julho de 1928, a Companhia Sul Mineira de Eletricidade, expandiu ainda mais as linhas de transmissão. Com isso, a energia elétrica chegava a muitos lugares, levando desenvolvimento a cada canto da cidade.

No entanto, um dos capítulos mais importantes dessa história brilhante ainda estava por vir. Uma grande transformação aconteceu em 1954, quando foi criado, pelo então Prefeito Martinho de Freitas Mourão, o Departamento Municipal de Eletricidade de Poços de Caldas, através da Lei nº 420 de 9 de dezembro.

Em 13 de julho de 1955, o DME teve sua concessão outorgada pelo Presidente da República, Juscelino Kubitschek. Com autonomia financeira, administrativa e econômica, com o objetivo de gerar, transmitir e distribuir energia elétrica em Poços de Caldas, o DME, ao longo dos anos, vem

demonstrando sua vocação para o crescimento, e assim contribuindo para o desenvolvimento da cidade.

Desverticalização

No ano de 2010 o DME passou por uma importante transformação. A empresa que cuidava da geração, transmissão e distribuição de energia em Poços de Caldas teve que se adequar à lei nº 10.848 de 2004, que estabeleceu que as concessionárias de energia elétrica de todo o país não poderiam mais exercer todas essas atividades ao mesmo tempo.

Assim aconteceu processo que chamamos de desverticalização. Antes, tudo era centralizado em uma única empresa e a partir daí foi preciso criar empresas próprias para cada área de atuação.

Foi assim que o DME passou a ser DME Distribuição S/A, sendo responsável pela geração e distribuição de energia, papel que já desempenhava antes do processo de desverticalização. Com isso, três empresas surgiram: DME Distribuição, DME Energética e DME Participações. Cada uma com sua função, buscando sempre oferecer a melhor energia, contribuindo para o desenvolvimento da cidade.

As Empresas DME

As empresas DME são empresas públicas, ou seja, capital 100% público; constituídas sob a forma de sociedade anônima, tendo como único acionista o Município de Poços de Caldas; e de capital fechado, ou seja, não poderão negociar seus valores mobiliários no mercado, constituídas nos termos da Lei Complementar Municipal n.º 111, de 26/03/2010.

DME Distribuição S.A. – DME – É a concessionária responsável pela distribuição de energia elétrica para todo o Município de Poços de Caldas.

DME Energética S.A. – DMEE – É a responsável pela geração e comercialização de energia de forma independente e participa de diversos empreendimentos energéticos em Poços de Caldas e em outras regiões do país.

DME Poços de Caldas Participações S.A. – É a Holding que administra as outras duas empresas. Seu capital é 100% público, de titularidade do Município de Poços de Caldas.

Fonte: dmepc.com.br.

INFORMAÇÕES DA ÁREA DE CONCESSÃO DA DMED

* Dados Gerais

Município atendido: Poços de Caldas
População estimada: 168.641 (IBGE 2020)
Clientes: mais de 76,8 mil Unidades de Consumo
Área de Cobertura: 545km²

* Relacionamento

Visando ter um relacionamento permanente e direta com seus clientes, a DME Distribuição disponibiliza diversos canais de atendimento. Dessa forma, a empresa se aproxima de seus consumidores e facilita o acesso aos serviços prestados.

O cliente pode entrar em contato com a DME através do telefone 0800 035 0196, disponível 24 horas e com ligação gratuita. O atendimento presencial acontece de segunda a sexta, das 8h às 17h, na Rua Amazonas, 65, onde se localiza a nova sede administrativa, inaugurada em 2014. Os deficientes auditivos possuem uma atenção especial, com um totem projetado especialmente para atender suas necessidades.

Na internet, através do site www.dmepc.com.br, o internauta encontra notícias atualizadas sobre a empresa e informações sobre sua estrutura, legislação e projetos, além de orientações ao consumidor. Estão disponíveis serviços na Agência Virtual, como alteração na data de vencimento da fatura, solicitação de segunda via, simulação do consumo de energia dos eletrodomésticos, mudança no endereço de entrega das faturas, entre outros.
Para facilitar o atendimento e trazer mais conforto e comodidade, em 2019, a DME está investindo na modernização do relacionamento com os consumidores.

A novidade é o lançamento do App DME Poços de Caldas. Agora, os consumidores podem acessar a nova ferramenta através de dispositivos

móveis e o download é gratuito. Ao acessar pela primeira vez, é necessário criar uma conta com seus dados pessoais, cadastrando e-mail e senha.
O aplicativo auxilia no registro de solicitações e atendimento de serviços, como:
- Atualizar dados cadastrais;
- Comunicar falta de energia;
- Consultar histórico de consumo, desligamentos programados, calendário de leitura, débitos e informação sobre bandeiras tarifárias;
- Emitir 2ª via de fatura de energia e solicitar envio de fatura por e-mail;
- Informar leitura do medidor;
- Enviar reclamações, dúvidas, sugestões e elogios.

A DME ainda possui perfis em redes sociais, Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn e Instagram, aproximando ainda mais a empresa do consumidor.

*** Iluminação Pública**

Conforme Pesquisa ABRADEE realizada em 2018, no quesito Iluminação Pública, a DME Distribuição é empresa referência, com até 500 mil consumidores, em todos os itens avaliados: Disponibilidade de iluminação em toda cidade; Qualidade da iluminação e Cuidados com a manutenção da iluminação.

Segundo a Resolução n° 414 da Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), entende-se como Iluminação Pública o serviço que tem por objetivo exclusivo prover claridade aos logradouros públicos, de forma periódica, contínua ou eventual. Caracteriza-se pelo fornecimento de iluminação de ruas, praças, avenidas, túneis, passagens subterrâneas, jardins, vias, estradas, entre outras áreas públicas e definidas por meio de legislação específica, exceto o fornecimento de energia elétrica que tenha por objetivo qualquer forma de propaganda ou publicidade, ou para realização de atividades que visem interesses econômicos.

O serviço é de responsabilidade da gestão municipal. Por ser uma empresa pública cujo único acionista é o Município de Poços de Caldas, conforme convênio celebrado entre as partes, compete à DME Distribuição a

elaboração de projeto, implantação, expansão, operação e manutenção das instalações.

Definir adequadamente um sistema de iluminação é uma tarefa que requer bastante atenção, passando pelos tipos de lâmpadas que serão usadas, além do estudo de todos os fatores que irão colaborar para a sua eficiência. Em Poços, o investimento em iluminação inclui a utilização de lâmpadas com a tecnologia LED e a presença em vários pontos da cidade de redes subterrâneas. Os postes possuem um sistema que aciona o acendimento da iluminação quando começa a escurecer e que a desliga quando há luz natural. Existem locais em que a iluminação conta com temporizador, para que seja utilizada dentro de um período e desligue automaticamente, como é o caso das quadras esportivas.

A equipe técnica realiza vistorias periodicamente para verificação do parque de iluminação. Em caso de lâmpadas queimadas e melhorias necessárias, as solicitações devem ser registradas nos canais de atendimento da distribuidora. O tempo médio de atendimento é de até dois dias.

Para a instalação de novos pontos ou melhoria da iluminação existente é necessária a avaliação do índice de iluminância do local, de acordo com a NBR 5101/2012. Esse índice é determinado medindo o fluxo luminoso entre dois postes. A referida norma classificou em cinco índices os níveis de iluminância mínimos de acordo com o fluxo de veículos e pedestres, quanto maior é o fluxo de veículos e pedestres maior é o índice de iluminância. O cálculo permite avaliar a necessidade de intervenções.

*** DEC/FEC**

Os dois principais indicadores da qualidade dos serviços prestados ao consumidor de energia elétrica são o DEC (Duração Equivalente de Interrupções por Consumidor) e FEC (Frequência Equivalente de Interrupções por Consumidor). Eles registram a duração e a frequência relativas à interrupção, o tempo em que um conjunto de unidades consumidoras ficou sem energia e o número de vezes que ocorreu interrupção no fornecimento desse conjunto. Estes indicadores podem ser

acompanhados de forma detalhada mês a mês pelos consumidores no verso da própria conta de luz. É importante ressaltar que a apuração e coleta de dados estão certificados pela NBR ISO 9001:2008, que garante fidelidade dos índices e apuração fiel desses indicadores, trazendo confiabilidade e segurança para o consumidor.
Em 2020, conforme divulgado pela ANEEL, das empresas com até 400 mil consumidores, as melhores foram: Muxfeldt Marin e Cia (MUXENERGIA, RS) em primeiro, Energisa Borborema (EBO, PB) em segundo e um empate em terceiro, com DME Distribuição (DMED, MG) e Empresa Força e Luz João Cesa (EFLJC, SC). Importante destacar que pelo ranking, as distribuidoras que mais evoluíram em 2019 foram a DMED (avanço de 11 posições) e a EFLUL, que subiu 4 posições em comparação ao ano de 2018. Uma grande conquista, resultado de um trabalho sério e responsável realizado pela empresa.

*** Prêmios**

O bom trabalho realizado pela DME Distribuição já lhe rendeu diversas premiações. Resultados que atestam a qualidade dos serviços prestados pela empresa. A DME Distribuição busca melhorar cada vez mais seus serviços e produtos, fazendo com que a excelência seja sua marca registrada. Destaque para a conquista do Prêmio ABRADEE 2015, outorgado pela Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica, em três categorias: Avaliação pelo cliente, Gestão Operacional e Prêmio Nacional / com menos de 500 mil consumidores. A empresa também foi finalista por dois anos consecutivos na mesma premiação, na categoria Avaliação pelo Cliente, em 2018 e 2019.

Ainda em 2019, a distribuidora conquistou o Prêmio ANEEL de Qualidade, como melhor concessionária na região Sul e Sudeste de 30 mil até 400 mil unidades consumidoras.

A mais recente conquista foi o terceiro lugar do Prêmio ANEEL de Ouvidorias. O prêmio ANEEL de Ouvidorias, concedido pelo órgão regulador, analisa as melhores estruturas de atendimento aos consumidores e os melhores desempenhos de tratamento das reclamações

registradas. A DMED concorreu na categoria de pequenas distribuidoras, que se enquadram no atendimento de até 100 mil unidades consumidoras.

PROGRAMA DE PATROCÍNIOS

As empresas DME apoiam projetos nas áreas cultural, artística e sócio-esportiva, através de incentivo fiscal, reforçando seu compromisso de contribuir com o desenvolvimento sustentável e com a cidadania em Poços de Caldas.

O Programa de Patrocínios seleciona, através de Editais próprios, os projetos que serão incentivados no ano. São selecionados projetos para patrocínio através de Lei Rouanet, Lei de Incentivo ao Esporte e Lei Estadual de Incentivo à Cultura, que atendam o município de Poços de Caldas.

MEIO AMBIENTE

Nos últimos anos, a DME realizou diversas ações ambientais.

Atividades de Fiscalização:
Desde 2007, a DMED tem estabelecido convênio com a Polícia Militar do Estado de Minas Gerais (Companhia de Meio Ambiente e Trânsito) para a realização de medidas conjuntas nas áreas de suas usinas e represas visando à proteção ambiental da fauna, flora e mananciais d'água.

Monitoramento da Qualidade da Água:
Desde 2011 é realizado o monitoramento da qualidade de água em diversos pontos das bacias do Ribeirão das Antas, a fim de verificar parâmetros físico, químico, biológico e bacteriológico.

Recuperação de área de preservação permanente:
Represa Lindolpho Pio da Silva Dias (Barragem do Cipó)
Desde 2014, a DMED executa o projeto técnico de reconstituição da flora na área de preservação permanente do reservatório Cipó, tendo realizado o

plantio de 37.600 mudas até dezembro de 2018. Anualmente, realiza também atividades de manutenção dos plantios executados.

Projeto Adotando Nascentes:
Iniciado em 2015, o Projeto Adotando Nascentes envolve a proteção de áreas adjacentes às nascentes existentes em áreas rurais do município de Poços de Caldas, por meio de cercamento e recuperação da vegetação nativa, quando necessário. O Projeto promovido pelas empresas DME, em parceria com a Prefeitura Municipal através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Trabalho, Fundação Jardim Botânico de Poços de Caldas e a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do estado de Minas Gerais (Emater-MG), seleciona propriedades rurais da agricultura familiar, cujos proprietários tenham interesse em preservar ou recuperar suas nascentes.

Proteção da Biodiversidade
RPPN Rio das Antas:
Aprovada pelo Instituto Estadual de Florestas em 2007, a Reserva Particular do Patrimônio Natural do Rio das Antas (34,96 ha) criada pela DMED é uma medida compensatória por seus diversos empreendimentos localizados em Poços de Caldas. Dentre os muitos objetivos da gestão desta RPPN, os principais buscam a conservação da sua biodiversidade, dos recursos ambientais e das belezas cênicas, além da promoção de atividades educativas.

Logística Reversa de Lâmpadas Mercuriais:
Em 2018, a DME e a Prefeitura Municipal de Poços de Caldas, celebraram Termo de Cooperação Técnica para disponibilizar à população local, pontos de entrega voluntária de lâmpadas fluorescentes para posterior encaminhamento para descontaminação, uma vez que a cidade ainda não contava com sistema de logística reversa para recolhimento deste tipo de resíduo. O recebimento das lâmpadas é de responsabilidade da Prefeitura, enquanto o pagamento pela descontaminação e reciclagem das mesmas será realizado pela DME.

Plantio de Mudas de Espécies Nativas - Funcionários e Terceirizados:

No mês de fevereiro de 2018 foi finalizada ação de plantio e de sensibilização ambiental realizada com 225 (duzentos e vinte e cinco) funcionários e terceirizados, plantando mudas de espécies nativas em áreas em recuperação ambiental das Empresas DME. Além da ação de restauração florestal, esta ação buscou despertar a conscientização do valor "Respeito ao Meio Ambiente".

PEE / P&D

O Programa de Eficiência Energética instituído pela ANEEL visa, promover o uso eficiente da energia elétrica em todos os setores da economia por meio de projetos que demonstrem a importância e a viabilidade econômica de melhoria da eficiência energética de equipamentos, processos e usos finais de energia.

Em 2018, através dos recursos do Programa de Eficiência Energética da ANEEL, a DMED concluiu a 1ª Etapa do Projeto de Retrofit de Iluminação nas escolas e creches municipais, o qual será realizado no período de 2017 a 2020. Nesta 1ª Etapa foram contempladas as 6 (seis) escolas municipais com os maiores consumos de energia elétrica, resultando numa economia de energia da ordem de 184 MWh/ano.

Dois projetos enquadrados como prioritários pela ANEEL, iniciados em 2017 pela DMED, também tiveram continuidade em sua execução no ano 2018. Estes projetos realizados em parceria com a UNIFAL-MG e o IFSULDEMINAS, Campus de Poços de Caldas, tiveram finalizadas as ações de eficientização da iluminação e iniciaram a fase de implantação da minigeração fotovoltaica, a qual deverá ser finalizada no 1º semestre de 2019.

Já o Programa de Pesquisa e Desenvolvimento também instituído pela ANEEL, visa incentivar a busca constante por inovações e fazer frente aos desafios tecnológicos do setor elétrico. Recentemente, teve início o projeto Poços+Inteligente, uma parceria entre a DME, Prefeitura Municipal, a PUC Minas e o IFSULDEMINAS, com foco na mobilidade elétrica e que vai trazer para a cidade, entre outras novidades, eletropostos, bicicletários elétricos e pesquisas em sistemas de mobilidade

menos poluentes. A iniciativa faz parte de uma seleção de 30 projetos de todo o país aprovados pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL).

PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

As empresas DME são importantes agentes de desenvolvimento para Poços de Caldas, tendo consciência de que seu produto principal – energia elétrica – é um serviço essencial para o desenvolvimento e bem-estar da sociedade, algo comprovado diante da continuidade do fornecimento e demais atividades inerentes, mesmo diante da pandemia de Covid-19.

Apesar de ter reconhecimento do setor elétrico pelos trabalhos desenvolvidos, resultados satisfatórios em indicadores de serviços e premiações, percebe-se a dificuldade do público em entender a importância de uma empresa como a DME para o município. Nota-se, portanto, a necessidade de reforçar todas as características da empresa.

Assim, tendo em vista a oportunidade de demonstrar a singularidade e todo o potencial existente, para elaboração da Proposta Técnica sugerimos como problema de comunicação: **O PAPEL DAS EMPRESAS DME PARA POÇOS DE CALDAS E PARA A VIDA DAS PESSOAS.**

O orçamento da campanha é limitado a R$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil Reais).

JOAO VITOR BARBOSA
Assinado de forma digital por JOAO VITOR BARBOSA
Dados: 2021.06.15 15:11:58 -03'00'