CONCORRÊNCIA Nº SMGO N.º 001/2022

Processo nº 01.073.142/22-92

- **OBJETO: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.**
- **TIPO: TÉCNICA E PREÇO.**
- **REGIME DE EXECUÇÃO: EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL.**
- **DATA PARA ENTREGA DOS INVÓLUCROS 1 A 4 EXIGIDOS NESTE EDITAL: 23/02/2023 DE 14:00 ÀS 15:00 HORAS**
- **DATA DE ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA DE ENTREGA: Após o recebimento dos invólucros de 1 a 4**
- **ENTREGA DO INVÓLUCRO 5 EXIGIDO NESTE EDITAL: CONVOCAÇÃO PARA APRESENTAÇÃO POR MEIO DE PUBLICAÇÃO NO DIÁRIO OFICIAL**
- **LOCAL: AV. AFONSO PENA, 1212 – AUDITÓRIO JK, BAIRRO CENTRO, BELO HORIZONTE/MG.**
- **FONE: (31) 3246-0056.**
- **REFERÊNCIA DE TEMPO: HORÁRIO DE BRASÍLIA.**

RECIBO

A empresa (nome da Empresa) retirou este Edital e deseja ser informada de qualquer alteração pelo e-mail _____.

_____,____de_____de ____

_____

(Nome legível)

OBS.: ESTE RECIBO DEVERÁ SER REMETIDO À DIRETORIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E FINANÇAS, DA SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO, PELO E-MAIL comissaoespecialdelicitacao.publicidade2022@pbh.gov.br PARA EVENTUAIS COMUNICAÇÕES AOS INTERESSADOS, QUANDO NECESSÁRIO.

A Secretaria Municipal de Governo não se responsabiliza por comunicações não repassadas aos

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO..... 03
2. DO OBJETO..... 03
3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO..... 06
4. DO CREDENCIAMENTO..... 07
5. DA ENTREGA E APRESENTAÇÃO DOS INVÓLUCROS DE PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTADE PREÇOS E DE DOCUMENTAÇÃO E DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA..... 08
6. DA ABERTURA DOS INVÓLUCROS, DO PROCESSAMENTO E DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS..... 12
7. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N.º 5..... 14
8. DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA..... 21
9. DO PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS – JULGAMENTO FINAL..... 26
10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS..... 26
11. DA PROPOSTA DE PREÇOS..... 30
12. DA DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS..... 30
13. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS..... 31
14. DA CLASSIFICAÇÃO FINAL..... 31
15. DA APURAÇÃO DOS VENCEDORES..... 32
16. DA ADJUDICAÇÃO DO OBJETO DA CONCORRÊNCIA..... 33
17. DO DIREITO DE PETIÇÃO..... 34
18. DO CONTRATO..... 35
19. DA GARANTIA..... 37
20. ENTREGA E RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS..... 38
21. DAS CONDIÇÕES DE FATURAMENTO/PAGAMENTO..... 38
22. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS..... 39
23. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS..... 41
24. ANEXO I- PROJETO BÁSICO..... 45

ANEXO II- MODELO DE PROCURAÇÃO 89
ANEXO III- MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS E DE QUE NÃO EMPREGA MENOR..... 90
ANEXO IV- DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA..... 91
ANEXO V- PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO..... 92
ANEXO VI- MODELO DE DECLARAÇÃO DE BENEFICIÁRIO DA LEI COMPLEMENTAR 123/2006 93
ANEXO VII - MINUTA DE CONTRATO..... 95
ANEXO VIII – INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES..... 117

1. INTRODUÇÃO

1.1. A Comissão Especial de Licitação, designada pelo Prefeito do Município de Belo Horizonte, conforme Portaria nº 7379, publicada no Diário Oficial do Município, em 17/12/2022 fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do Tipo **Técnica e Preço**, sob regime de execução indireta, empreitada por preço global, conforme a Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e aplicação complementar da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, da Lei Federal 4.680, de 18 de junho de 1965, e seu Decreto Federal 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, e alterações, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP e incorporadas ao Sistema Legal por força do Decreto Federal 4.563, de 31 de dezembro de 2002, do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, incorporado ao Sistema Legal por força da Lei 4.680/65, bem como a Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, a Lei Orgânica do Município de Belo Horizonte, a Lei Municipal 9.011, de 1º de janeiro de 2005 e suas alterações, os Decretos Municipais nº 10.710, de 28 de junho de 2001 e suas alterações e nº 11.245, de 23 de janeiro de 2003, nº 15.113, de 08 de janeiro de 2013, demais normas pertinentes, mediante as condições estabelecidas e integrantes do presente Edital e seus ANEXOS.

1.2 – A cópia deste Edital estará disponível na internet, no site www.pbh.gov.br (link Licitações). Mais informações poderão ser obtidas pelo telefone (31) 3246-0056 pelo e-mail: comissaoespecialdelicitacao.publicidade2022@pbh.gov.br no horário de 09:00 às 17:00h.

2. DO OBJETO

2.1. O objeto da presente Concorrência é seleção de empresas especializadas na prestação de serviços de publicidade.

2.2. 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, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral.

2.2.1. As atividades previstas no subitem 2.2 não poderão ser objeto de subcontratação.

2.3. Poderão ser incluídos como atividades complementares aos serviços de publicidade contratados os serviços especializados pertinentes:

2.3.1. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de

geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas,respeitado o disposto no art. 3º da Lei Federal nº 12.232/2010;

2.3.2. à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

2.3.3. 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.

2.4. É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização ou o patrocínio de eventos festivos de qualquer natureza.

2.5. Os serviços abrangem as ações de publicidade de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município de Belo Horizonte.

2.6. Os serviços de comunicação social terão caráter educativo, informativo, de orientação social ou de utilidade pública, deles não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (§1º art. 37 da Constituição da República Federativa do Brasil e art. 28 da Lei Orgânica do Município de Belo Horizonte).

2.7. O público prioritário das campanhas e ações publicitárias a serem empreendidas é a população de Belo Horizonte.

2.7.1. São também públicos a serem atingidos por campanhas e ações publicitárias, os que se constituírem de interesse da Administração Municipal pelo potencial que representam para o desenvolvimento do Município, sejam por aspectos econômicos, culturais, turísticos ou sociais, além de entidades de classe, meio político, em especial os integrantes da Câmara Municipal de Belo Horizonte, poder judiciário e outras associação representativas de segmentos diversos da sociedade.

2.8. Todos os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto desta Licitação, inclusive as peças publicitárias, pertencerão aos Contratantes.

2.9. Os serviços, objeto desta licitação, serão adjudicados às 2 (duas) primeiras classificadas, na ordem decrescente de pontuação, correspondente a 2 (dois) lotes, definidos guardando relação com as Áreas de Resultado e os respectivos Projetos Estratégicos e Transformadores do Plano Plurianual de Ação Governamental - PPAG 2022-2025, a saber:

Lote 1 – Adjudicado à 1ª classificada:

A- Institucional (Incluídas campanhas extraordinárias em situação de crise como enchentes, queda de encostas, pandemia etc. Nas campanhas com caráter de balanço, poderão ser

utilizados informações e dados de outras áreas não incluídas nesse lote)

B- Segurança

C- Habitação, Urbanização, Regulação e Ambiente Urbano

D- Mobilidade Urbana

E- Proteção Social, Segurança Alimentar e Esportes

F- Educação

G- Cultura

Valor: R$ 45.000.000,00 (quarenta e cinco milhões de reais).

Lote 2 – Adjudicado à 2ª classificada:

A- Atendimento ao Cidadão e Melhoria da Gestão Pública (Nas campanhas de IPTU, poderão ser utilizados dados e informações de outras áreas não incluídas nesse lote)

B- Saúde

C- Sustentabilidade Ambiental

D- Desenvolvimento Econômico e Turismo

Valor: R$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais).

PROJETOS ESTRATÉGICOS 2023-2025

SEGURANÇA
1. Policiamento em áreas prioritárias e em unidades de atendimento à população
2. Prevenção da violência em áreas de vulnerabilidade social
3. COP-BH: Gestão integrada e inteligente de problemas públicos de Belo Horizonte

SAÚDE
4. Ampliação do acesso e qualificação do cuidado e gestão em saúde
5. Fortalecimento da atenção primária em saúde
6. Aumento da eficiência operacional das ações de prevenção, controle de doenças e redução do risco sanitário
7. Tecnologia e informação para conectar e facilitar o uso dos serviços de saúde pelo cidadão e trabalhadores

SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL
8. Ampliação e qualificação do serviço de limpeza urbana
9. Modernização do licenciamento ambiental
10. Bem Estar e Saúde Animal
11. BH Cidade Sustentável
12. Gestão de Águas Urbanas: Gestão Ambiental
13. Melhoria da infraestrutura e equipamentos das unidades administradas pela FPMZB, com ênfase na acessibilidade e videomonitoramento
14. Melhoria das condições ambientais das unidades administradas pela FPMZB, com ênfase em educação ambiental, conservação da biodiversidade e soluções baseadas na natureza

MOBILIDADE URBANA
15. Qualidade do Transporte Coletivo: Um Direito de Todos
16. BH Inclusiva, Segura e Cidadã
17. Modernização tecnológica
18. Implantação e Melhoria de infraestrutura de mobilidade urbana

HABITAÇÃO, URBANIZAÇÃO, REGULAÇÃO E AMBIENTE URBANO
19. Regularização fundiária e urbanização em áreas de interesse social
20. Gestão e redução do risco geológico em assentamentos de interesse social
21. Provisão habitacional no município
22. Simplificação e modernização dos serviços de licenciamento urbano para melhoria da gestão pública
23. Regularização urbanística de assentamentos informais de interesse social
24. Melhoria do Ambiente Urbano

EDUCAÇÃO
25. Ampliação do Programa APPIA - Um Olhar para a Infância
26. Implantação do Programa APPIA - Horizontes da Adolescência
27. Promoção de Políticas de Educação Inclusiva
28. Implantação do Programa APPIA - Consolidando Projetos de Vida
29. Melhoria da Convivência e da Segurança no Ambiente Escolar
30. Educação Integral, Cidadã e de Qualidade Social
31. Desenv. Profissional e Formação Continuada dos Profissionais da Educação
32. Ampliação do Atendimento em Tempo Integral

CULTURA
33. Política de Patrimônio e Memória Cultural
34. Fortalecimento da cultura e do turismo na Pampulha
35. Belo Horizonte Film Comission

PROTEÇÃO SOCIAL, SEGURANÇA ALIMENTAR E ESPORTES
36. SUAS BH Protege
37. Fortalecimento de políticas públicas de direitos de cidadania
38. Fortalecimento da política de segurança alimentar e da agroecologia
39. Democratização do esporte e do lazer

ATENDIMENTO AO CIDADÃO E MELHORIA DA GESTÃO PÚBLICA
40. Modernização da transparência, automação dos processos de auditoria e fomento ao controle social
41. Aprimoramento do relacionamento entre cidadão e Prefeitura
42. Modernização e automação de processos internos da PBH
43. Gestão estratégica de pessoas e valorização do servidor e do segurado
44. Modernização dos processos de gestão da receita tributária

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO
45. Belo Horizonte Surpreendente
46. Atração de investimentos e fomento ao setor da tecnologia da informação
47. Fomento ao empreendedorismo, à economia criativa e solidária
48. Qualificação, profissionalização e emprego
49. Relações internacionais de Belo Horizonte
    Melhoria do Ambiente de Negócios – MAN[1]
    Belo Horizonte Cidade Inteligente – BHCI[2]

3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderão participar da presente licitação empresas especializadas no ramo, legalmente estabelecidas no País, desde que atendam todas as exigências deste Edital e seus anexos, satisfaçam os requisitos do art. 3º da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e legislação complementar e tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

3.2. Estarão impedidos de participar de qualquer fase do procedimento os interessados que se enquadrem em quaisquer das situações a seguir:

a) estejam constituídos sob forma de consórcio;

b) estejam cumprindo a penalidade de suspensão temporária imposta pelo Município;

c) tenham sido declarados inidôneos ou impedidos de licitar e contratar em qualquer esfera de Governo;

d) estejam sob falência, sob concurso de credores, em dissolução ou liquidação, cisão, fusão ou incorporação;

e) estejam em recuperação judicial ou extrajudicial, salvo as empresas que comprovarem que o plano de recuperação foi homologado pelo juízo competente;

f) estrangeiras que não funcionem no País;

g) cujo(s) sócio(s), dirigente(s), gerente(s) ou componente(s) de seu quadro técnico, seus respectivos cônjuges ou companheiros sejam servidores ou empregados municipais, ou que o tenham sido nos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data desta Licitação, ou sejam titulares de mandato eletivo;

h) estejam descumprindo o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição da República Federativa do Brasil;

i) demais hipóteses proibidas pela legislação vigente.

3.3. A observância das vedações do subitem 3.2 é de inteira responsabilidade da LICITANTE que,pelo descumprimento, estará sujeita às penalidades cabíveis.

3.4. Nenhum LICITANTE poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

3.5. A participação na presente Concorrência implica para o licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação todas as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

3.6. O LICITANTE assume todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta Concorrência, ressaltando-se que o Município de Belo Horizonte não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

4. DO CREDENCIAMENTO

4.1. O credenciamento será realizado na primeira sessão de recepção e abertura das propostas.

4.2. Qualquer declaração ou manifestação a ser feita nesta licitação será efetuada pelo representante legal da empresa ou seu representante constituído por procuração.

4.3. Quando a representação for exercida pelo representante legal da empresa, na forma dos seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, emcópia do ato que estabeleça a prova de representação da empresa, na qual conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente; em ambos os casos, autenticada em cartório ou ainda cópia simples acompanhada do original para autenticação por servidor do órgão licitante.

4.3.1. Caso o preposto do LICITANTE não seja seu representante estatutário ou legal, a representação será exercida por procuração, na forma do ANEXO II, que deverá ser apresentada à Comissão Especial de Licitação, no ato de abertura dos invólucros ou na ocorrência da situação prevista no art. 45, § 2º, da Lei Federal nº 666/93 e suas alterações, pelo próprio preposto, munido de documento de identidade, o que o tornará apto a praticar os atos necessários ao procedimento licitatório.

4.3.1.1. A procuração deverá vir acompanhada de cópia autenticada do documento constitutivo do proponente ou de outro documento em que esteja expressa a capacidade/competência do outorgante para constituir mandatário.

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

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

5. DA ENTREGA E APRESENTAÇÃO DOS INVÓLUCROS DE PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA DE PREÇOS E DE DOCUMENTAÇÃO E DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

5.1. Os invólucros 1 a 4 exigidos neste Edital deverão ser apresentados à Comissão Especial de Licitação pelos proponentes em sessão pública a ser realizada às 14 hrs. do dia 23/02/2023, no Auditório JK, localizado na Avenida Afonso Pena, 1212, Bairro Centro, Belo Horizonte, MG, em invólucros distintos e separados. A Comissão, após o recebimento, emitirá "Recibo de Envelope do Licitante".

5.2. 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 n.º 1), um para a Proposta Técnica – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO n.º 2) e outro para a Proposta Técnica - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (INVÓLUCRO n.º3).

5.3. Proposta de Preços deverá ser apresentada em 1 (um) invólucro (INVÓLUCRO n.º4).

5.4. As Propostas Técnicas e de Preços de cada LICITANTE – invólucros 1 a 4 – deverão ser entregues da seguinte forma:

5.4.1. **INVÓLUCRO N.º1 - Invólucro padronizado n.º 1** – Plano de Comunicação Publicitária – Via **Não** Identificada

5.4.1.1. O Invólucro padronizado n.º 1 – Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), deverá ser entregue fechado e não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, não poderá apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante,não poderá estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do licitante, para preservar – até a abertura do Invólucro **n.º 2** – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

5.4.1.2. A Comissão Especial de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado n.º 1 fornecido obrigatoriamente pelo Município de Belo Horizonte a pedido formal do LICITANTE interessado na presente licitação.

5.4.1.3. O invólucro padronizado n.º 1 deverá ser retirado pelo interessado, até o terceiro dia útil anterior à data prevista para a sessão de entrega dos envelopes, no horário de 9h as 17h, no seguinte endereço: Diretoria de Planejamento, Gestão e

Finanças, da Secretaria Municipal de Governo, situada na Avenida Afonso Pena, 1.212, 3º andar, Bairro, Centro, Belo Horizonte, MG.

5.4.2. **INVÓLUCRO N.º2** - Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

5.4.2.1. O invólucro n.º 2 deverá estar lacrado e rubricado no lacre, com a seguinte identificação:

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE
Concorrência SMGO N.º 001/2022
Serviços de Publicidade
Invólucro n.º 2 – Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia)
Empresa:_____ CNPJ: _____

5.4.2.2. O invólucro **n.º 2** será providenciado pelo LICITANTE e será constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura e desde que respeitados os limites e características deste Edital.

5.4.2.3. O conteúdo do invólucro **n.º 2** deverá ser idêntico ao do **n.º 1** no que diz respeito à questão dos textos, sem a necessidade de apresentação dos exemplos de peças da ideia criativa (esboços, *layouts*, *spots*, *storyboards* etc.).

5.4.3. **INVÓLUCRO N.º3** – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.4.3.1. O invólucro n.º 3 deverá estar lacrado e rubricado no lacre, com a seguinte identificação:

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE
Concorrência SMGO N.º 001/2022
Serviços de Publicidade
Invólucro n.º 3 – Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluçõesde Problemas de Comunicação.
Empresa:_____CNPJ: _____

5.4.3.2. O invólucro **n.º 3** será providenciado pelo LICITANTE e será constituído de

embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de quetrata, até sua abertura e desde que respeitados os limites e características deste Edital.

5.4.4. Será vedada a aposição ao invólucro n.º 3, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros.

5.4.5. **INVÓLUCRO N.º4** – Proposta de Preços.

5.4.5.1. O invólucro n.º 4 deverá estar lacrado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE
Concorrência SMGO N.º 001/2022
Serviços de Publicidade
Invólucro **n.º 4** – Proposta de Preços
Empresa:_____ CNPJ: _____

5.4.5.2. O invólucro n.º 4 será providenciado pelo LICITANTE e constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

5.5. **Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, subitem 5.1 deste Edital, nenhum outro documento será recebido, cancelado, retificado ou acrescido. Caso o prazo seja insuficiente, serão distribuídas senhas aos presentes para recebimento dos invólucros pela Comissão Especial de Licitação**.

5.6. Os invólucros padronizados com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não serão recebidos pela Comissão Especial de Licitação no caso de apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar o licitante.

5.7. É vedado o lançamento de qualquer código, sinal ou marca nos invólucros padronizados ou nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

5.8. É vedada a participação, na sessão de recebimento das Propostas Técnicas e Preços, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

5.9. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em 1 (um) invólucro (INVÓLUCRO n.º5) à Comissão Especial de Licitação apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em data e horário fixados para a sessão de abertura do INVÓLUCRO 5, por meio

de publicação no Diário Oficial do Município – DOM.

5.9.1. **INVÓLUCRO N.º 5** – Documentos de habilitação

5.9.1.1. O invólucro n.º 5 deverá estar lacrado e rubricado no lacre, com a seguinte identificação:

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE
Concorrência SMGO N.º 001/2022
Serviços de Publicidade
Invólucro **n.º 5** – Documentos de Habilitação
Empresa:_____ CNPJ: _____

5.9.1.2. O invólucro n.º 5 será providenciado pelo LICITANTE e constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura e desde que respeitando os limites e características deste Edital.

5.10. As propostas e/ou documentos de habilitação recebidos abertos, por *fax* ou via *e-mail* não serão considerados.

5.11. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que seguirão especialmente o determinado pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

5.12. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou *marketing* ou que atuem em uma dessas áreas.

5.12.1. 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Belo Horizonte.

5.12.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica será por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá no mínimo 9 (nove) integrantes previamente relacionados pelo Município de Belo Horizonte.

5.13. A relação de 9 (nove) integrantes, entre os quais serão sorteados os membros da subcomissão técnica, deverá ser composta de 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Belo Horizonte e que sejam previamente cadastrados, com fundamento nos §§ 2º e 3º do art. 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, sendo o enquadramento ao último decorrente do valor estimado para a contratação que supera o valor de 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, que é de

R$1.760.000,00 (um milhão, setecentos e sessenta mil reais - vide Decreto Federal nº 9.412/2018).

5.14. A relação dos nomes será publicada no DOM em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

5.14.1. O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Município de Belo Horizonte.

5.14.2. A relação prevista neste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantêm e os dos que não mantêm vínculo com o Município de Belo Horizonte.

5.14.3. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere este Edital, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de fundamentos jurídicos circunstanciados para a eventual exclusão.

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

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

5.14.6. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido nos subitens 5.12 e 5.12.1 deste Edital.

5.14.7. Só será admitida nova impugnação de nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

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

6. DA ABERTURA DOS INVÓLUCROS, DO PROCESSAMENTO E DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

6.1. Recebidos os invólucros 1 a 3, com a Proposta Técnica, e 4, com a Proposta de Preços, conforme subitens 5.1, 5.2 e 5.3, a Comissão Especial de Licitação, na sessão pública, procederá à abertura dos invólucros 1 – Proposta Técnica - Plano de Comunicação Via Não Identificada, e o invólucro 3 – Proposta Técnica - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

6.2. As propostas serão rubricadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes dos licitantes presentes na sessão, facultada a designação de um deles ou de comissão para representar todos os licitantes.

6.3. Os invólucros das Propostas Técnicas e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

6.4. É vedada a participação, na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e Preços, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

6.5. Os invólucros das Propostas Técnicas e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

6.6. A Subcomissão Técnica procederá à análise individualizada e ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (invólucro 1) e da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (invólucro 3), respeitado o procedimento e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste Edital, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste instrumento.

6.7. 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 Especial de Licitação, junto com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

6.8. Recebidas as atas de julgamento, a Comissão Especial de Licitação convocará sessão pública,por meio de publicação no DOM, com antecedência mínima de 02 (dois) dias úteis, destinada à apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:

6.9. Abertura do envelope 2 com a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

6.10. Cotejo entre as Vias Identificadas e as Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.

6.11. 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 e desclassificação daqueles que não obtiverem a pontuação mínima exigida de 70% (setenta por cento) do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Invólucros 1 e 3).

6.12. Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica, obtendo-se a classificação dessa etapa.

6.13. Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as Propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

6.14. Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, no prazo de 5 (cinco) dias

úteis da sua publicação.

6.14.1. O resultado do julgamento será publicado com a indicação dos licitantes desclassificados e da ordem de classificação disposta pelo nome dos licitantes.

6.15. O recurso que cause alteração da classificação enseja a republicação do resultado e reabre o prazo recursal.

6.16. Admite-se novo recurso apenas se fundamentado em razões ou argumentos novos agregados ao resultado decorrente do julgamento do recurso anterior.

6.17. Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Especial de Licitação convocará sessão pública, por meio de publicação no DOM, 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 as regras previstas para o julgamento da Proposta de Preços e Pontuação Final.

6.18. Cabe recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da sua publicação.

6.18.1. O recurso que cause alteração da classificação final enseja a republicação do resultado no DOM e reabre o prazo recursal.

6.18.2. Admite-se novo recurso apenas se fundamentado em razões ou argumentos novos agregados ao resultado decorrente do julgamento do recurso anterior.

6.18.3. Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, a Comissão Especial de Licitação apurará os vencedores, nos termos do disposto neste edital, e convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à apresentação do Envelope n.º 5 – Documentos de Habilitação pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigore neste Edital.

7. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N.º 5

7.1. Nesta fase, serão analisadas e avaliadas as características dos licitantes classificados nojulgamento final das propostas no que se refere à habilitação jurídica, regularidade fiscal, qualificação técnica, qualificação econômico-financeira, comprovadas mediante a apresentação dos documentos indicados abaixo, que deverão estar contidos dentro do Invólucro nº. 5 – Documentos de Habilitação, ter todas as páginas numeradas e rubricadas por representante legal do LICITANTE, ainda, ser apresentados emoriginal ou em cópia autenticada por cartório competente ou ainda cópia simples acompanhada do original para autenticação por servidor do órgão licitante.

7.2. Será considerado habilitado o LICITANTE que, se cadastrado no Sistema Único de Cadastro de Fornecedores do Município – SUCAF:

7.2.1. com situação regular e habilitado na linha de serviço 03.35 (Serviços Técnicos Especializados de Publicidade e Propaganda), apresentar a documentação prevista nos subitens 7.3 a 7.3.12 deste edital;

7.2.2. com documentação vencida, mas habilitado na linha de serviço 03.35 (Serviços Técnicos Especializados de Publicidade e Propaganda), apresentar o(s) documento(s) regularizador(es) ea documentação prevista nos subitens 7.3 a 7.3.12 deste edital;

7.2.3. na hipótese de a certidão para recuperação judicial ou extrajudicial for positiva, apresentar comprovante da homologação/deferimento, pelo juízo competente, do plano de recuperação em vigor.

7.2.4. com situação regular, mas não habilitado na linha de serviço 03.35 (Serviços Técnicos Especializados de Publicidade e Propaganda), deverá apresentar além dos documentos exigidos nos subitens 7.3 a 7.3.12 deste edital, o Estatuto ou Contrato Social em vigor acompanhado da(s) última(s) alteração(ões), para análise do objeto social quanto à compatibilidade em relação ao objeto licitado.

7.3. Habilitação Jurídica para o LICITANTE cadastrado no Sistema Único de Cadastro de Fornecedores do Município – SUCAF:

7.3.1. Atestado(s) de experiência(s) anterior(es) fornecido(s) por veículo(s) de comunicação, contendo informações sobre o desempenho do LICITANTE nas relações com os respectivos emitentes para fins de comprovar desempenho satisfatório da agência.

7.3.1.1. O(s) atestado(s) deverá(ão) estar emitido(s) em papel(eis) timbrado(s) da(s) Empresa(s) que o expediu(ram), ou deverá(ão) conter carimbo do CNPJ ou outra informação que permita a devida identificação do emitente.

7.3.1.2. O(s) atestado(s) de capacidade técnica poderá(ão) ser apresentado(s) em nome da empresa, com CNPJ da matriz e/ou da(s) filial(ais) do licitante.

7.3.2. Caso o LICITANTE não esteja estabelecido no Município de Belo Horizonte, deverá apresentar, também, declaração de que possuirá, até o início da execução contratual, no respectivo âmbito geográfico, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados.

7.3.3. Certificado de Qualificação Técnica, conforme previsto no artigo 4º, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/10.

7.3.4. Balanço Patrimonial e Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social já exigíveis e apresentados na forma da lei, que demonstrem a situação financeira do licitante,

vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, devendo ser observados os subitens abaixo para o devido enquadramento.

7.3.5. Serão considerados, na forma da lei, o Balanço Patrimonial e a Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social, assim apresentados, alternativamente:

a) publicados em Diário Oficial;

b) publicados em Jornal;

c) por fotocópia do livro Diário, devidamente registrado/autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do LICITANTE ou registrado no órgão de registro equivalente, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento;

d) na forma de escrituração contábil digital (ECD) instituída pela Instrução Normativa da RFB nº 1.420 de 19/12/2013 e suas alterações.

7.3.6. As empresas com menos de um ano de existência, desde que não enquadradas no art. 1.065 do Código Civil, devem apresentar Balanço de Abertura devidamente registrado/autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do LICITANTE ou registrado no órgão de registro equivalente.

7.3.7. O Balanço Patrimonial (inclusive o Balanço de Abertura) e a Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social deverão estar assinadas por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrados no Conselho Regional de Contabilidade.

7.3.8. Cálculo dos índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, sendo considerado habilitado o LICITANTE que apresentar resultado igual ou maior que 1 (um), em todos os índices aqui mencionados:

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

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

7.3.9. A empresa que apresentar resultado menor que 1 (um) em qualquer dos índices referidos no subitem acima deverá comprovar Patrimônio Líquido ou Capital Social mínimo de R$ 6.500.000,00 (seis milhões e quinhentos mil reais), referente a 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação.

7.3.10. Reserva-se à Comissão Especial de Licitação o direito de efetuar os cálculos, caso o memorialdos cálculos dos índices não seja apresentado.

7.3.11. Declaração expressa de que o LICITANTE não emprega trabalhador menor nas situações previstas no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição da República, conforme modelo ANEXO III.

7.3.11. Declaração, conforme modelo ANEXO VI, de que o LICITANTE cumpre os requisitos estabelecidos na Lei Complementar n.º 123/2006, alterada pela Lei nº 11.488/2007, e se enquadra como beneficiário, quando for o caso.

7.4. Será considerado habilitado o LICITANTE que, se não cadastrado no Sistema Único de Cadastro de Fornecedores do Município – SUCAF, apresentar toda documentação relacionada abaixo:

7.4.1. Habilitação Jurídica:

a) Registro comercial, no caso de empresa individual;

b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria emexercício;

d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

Observação: Para todos os efeitos, considera-se como ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, o documento de constituição da empresa, acompanhado da(s) última(s) alteração(ões) referente(s) à natureza da atividade comercial e à administração da empresa, ou a última alteração consolidada.

7.4.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista:

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) Prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual/Distrital e Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;

d) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.

e) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação de certidão, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943.

7.4.3. Qualificação Técnica:

7.4.3.1. Atestado(s) de experiência(s) anterior(es) fornecido(s) por veículo(s) de comunicação, contendo informações sobre o desempenho do LICITANTE nas relações com os respectivos emitentes para fins de comprovar desempenho satisfatório da agência.

7.4.3.2. O(s) atestado(s) deverá(ão) estar emitido(s) em papel(eis) timbrado(s) da(s) empresa(s) que o expediu(ram), ou deverá(ão) conter carimbo do CNPJ ou outra informação que permita a devida identificação do emitente.

7.4.3.3. O(s) atestado(s) de capacidade técnica poderá(ão) ser apresentado(s) em nome da empresa, com CNPJ da matriz e/ou da(s) filial(ais) do licitante.

7.4.4. Caso o LICITANTE não esteja estabelecido no Município de Belo Horizonte, deverá apresentar, ainda, declaração de que possuirá, até o início da execução contratual, no respectivo âmbito geográfico, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados.

7.4.5. Certificado de Qualificação Técnica, conforme previsto no artigo 4º, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/10.

7.4.6. Qualificação Econômico-Financeira:

7.4.6.1. Balanço Patrimonial e Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social já exigíveis e apresentados na forma da lei, que demonstrem a situação financeira do licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, devendo ser observados os subitens abaixo para o devido enquadramento.

a) Serão considerados, na forma da lei, o Balanço Patrimonial e a Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social, assim apresentados, alternativamente:

a.1) publicados em Diário Oficial;

a.2) publicados em Jornal;

a.3) por fotocópia do livro Diário, devidamente registrado/autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do LICITANTE ou registrado no órgão de registro equivalente, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento;

a.4) na forma de escrituração contábil digital (ECD) instituída pela Instrução Normativa da RFB nº 1.420 de 19/12/2013 e suas alterações.

b) As empresas com menos de um ano de existência, desde que não enquadradas no art. 1.065 do Código Civil, devem apresentar Balanço de Abertura devidamente

registrado/autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do LICITANTE ou registrado no órgão de registro equivalente.

c) O Balanço Patrimonial (inclusive o Balanço de Abertura) e a Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social deverão estar assinados por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrados no Conselho Regional de Contabilidade.

7.4.6.2. Cálculo dos índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, sendo considerado habilitado o LICITANTE que apresentar resultado igual ou maior que 1 (um), em todos os índices aqui mencionados:

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

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

a) A empresa que apresentar resultado menor que 1 (um) em qualquer dos índices referidos no subitem acima deverá comprovar Patrimônio Líquido ou Capital Social mínimo de R$ 5.750.000,00(cinco milhões setecentos e cinquenta mil reais) referente a 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação.

b) Reserva-se à Comissão Especial de Licitação o direito de efetuar os cálculos, caso o memorial dos cálculos dos índices não seja apresentado.

7.4.7. Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física, quando for o caso.

a) Na hipótese de a certidão para recuperação judicial ou extrajudicial for positiva, deve o LICITANTE apresentar comprovante da homologação/deferimento, pelo juízo competente, do plano de recuperação em vigor.

7.4.7.1. Declaração, nos termos do ANEXO VI, de que o LICITANTE cumpre os requisitos estabelecidos na Lei Complementar n.º 123/2006, alterada pela Lei nº 11.488/2007, e se enquadra como beneficiário, quando for o caso.

7.4.8. O LICITANTE poderá acessar o site www.pbh.gov.br/sucaf para consulta/conhecimento de:

- Linha de fornecimento, clicando dentro da coluna Informações Específicas no link TABELA;
- LINHAS DE FORNECIMENTO;
- Situação cadastral.

7.4.9. O LICITANTE obriga-se a declarar a superveniência de fato impeditivo da habilitação, quando houver, sujeitando-se às penalidades cabíveis.

7.4.10. Sob pena de inabilitação, todos os documentos apresentados para habilitação deverão estarem nome do licitante, devendo ser observado:

a) se o LICITANTE for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome dela;

b) se o LICITANTE for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles que, comprovadamente, pela própria natureza, forem emitidos somente em nome da matriz;

7.4.11. Para fins de habilitação, os documentos que não possuírem prazo de validade deverão possuir data de emissão de no máximo 180 (cento e oitenta) dias, tendo como referência a data de abertura dos envelopes de nº 01 – "Documentação de Habilitação".

7.4.12. Não se enquadram no subitem 7.4.11 os documentos que, pela própria natureza, não apresentam prazo de validade, inclusive quanto aos atestados de capacidade técnica.

7.4.13. Os beneficiários da Lei Complementar n° 123/06 deverão apresentar toda a documentação de habilitação referente à comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, como condição para ter o objeto adjudicado a seu favor.

7.4.14. A comprovação referida no subitem acima poderá ser realizada por meio do Relatório de Situação do Fornecedor do SUCAF.

7.4.15. Havendo restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista por parte dos beneficiários, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006, a Comissão Especial de Licitação os julgará habilitados, concedendo o prazo de 05 (cinco) dias úteis que correrá a partir do julgamento das propostas de preços, prorrogável por igual período, a critério da Administração Pública, para regularização da documentação fiscal e trabalhista.

7.4.15.1. A prorrogação do prazo para a regularização fiscal e trabalhista prevista no subitem acima dependerá de requerimento pelo interessado, devidamente fundamentado, dirigido à Comissão Especial de Licitação.

7.4.15.2. O requerimento deverá ser apresentado dentro do prazo inicial de 05 (cinco) dias úteisconcedidos para a regularização fiscal e trabalhista.

7.4.15.3. A não regularização da documentação fiscal e trabalhista por parte dos beneficiários, no prazoprevisto, implicará na decadência do direito à contratação.

7.4.16. A regularidade da situação do LICITANTE no SUCAF será confirmada por meio de consulta

on-line ao sistema. Procedida a consulta, serão impressos relatórios de situação de cada participante.

7.4.17. Os documentos exigidos nos subitens acima deverão ser apresentados em original ou cópia autenticada por cartório competente ou ainda cópia simples acompanhada do original para autenticação por servidor do órgão licitante.

7.4.18. Serão aceitas somente cópias legíveis.

7.4.19. Não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

7.4.20. A critério da Comissão Especial de Licitação, a análise da documentação e da proposta apresentada pelos licitantes poderá ser realizada reservadamente, sendo o julgamento publicado posteriormente no DOM.

7.4.21. Todos os documentos e propostas serão rubricados preferencialmente pelos licitantes presentes e pela Comissão Especial de Licitação.

7.4.22. Qualquer manifestação a respeito de habilitação de licitantes ou impugnação de propostas, pelos interessados, poderá ser feita durante as sessões públicas, no momento determinado para tal pela Comissão Especial de Licitação.

8. DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1. INVÓLUCROS 1 E 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

8.1.1. Para efeito de avaliação, os licitantes deverão apresentar uma campanha simulada, dentro do tema “BH Mais Feliz”, no qual Belo Horizonte deverá ser apresentada como uma cidade moderna, conectada, segura, importante centro cultural e turístico, e reconhecida pela excelência em seus serviços. A campanha deve responder o desafio da Prefeitura de Belo Horizonte em se fazer ser percebida pela população, pelo poder legislativo e pelas entidades de classe, pelos investimentos realizados nas áreas de obras de infraestrutura, mobilidade urbana, saúde, educação, inclusão digital e programas de alcance social, principalmente para as camadas mais vulneráveis da população.

8.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado a partir das informações do briefing, constante no ANEXO I. Ele será composto pelos itens “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação”, “Ideia Criativa” e “Estratégia de Mídia e Não Mídia” e deverá ser apresentado observando os seguintes critérios:

a) em caderno único, com espiral preto colocado à esquerda e orientação retrato;

b) capa, contracapa e conteúdo impressos em papel A4 branco, com 75 g/m2 a 90 g/m2;

c) espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

d) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

e) espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, 'duplo' após títulos e entretítulos e entreparágrafos;

f) alinhamento 'justificado' do texto;

g) texto em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos';

h) numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', em todas as páginas, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

i) sem identificação do licitante.

8.1.3. São permitidas variações de fonte para destaques no texto: negrito, itálico, sublinhado e caixa alta.

8.1.4. Também é permitido o uso de marcadores.

8.1.5. Podem ser utilizadas páginas isoladas (folha de rosto) com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e os itens que o compõem: "Raciocínio Básico", "Estratégia de Comunicação Publicitária", "Ideia Criativa" e "Estratégia de Mídia e Não Mídia". Essas páginas isoladas não serão computadas nos limites estipulados para cada um desses itens.

8.1.6. Os itens "Raciocínio Básico", "Estratégia de Comunicação Publicitária" e "Estratégia de Mídia e Não Mídia" poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

a) os gráficos e/ou tabelas podem ser editados em cores;

b) os dados e informações dos quadros e/ou tabelas podem ser editados na fonte, estilo, cor e tamanho à escolha do licitante.

8.1.6.1. Raciocínio Básico – Texto apresentado até 10 (dez) laudas, com 25 linhas, que deverá conter um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Belo Horizonte, a compreensão do licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados em consonância com o *briefing*. Deve conter a avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pelo Município de Belo Horizonte, considerando a compreensão de suas atividades, de sua relação com seus diversos públicos e de sua dimensão social, política e econômica.

8.1.6.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – Texto apresentado em até 10 (dez) laudas, com 25 linhas, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir

o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pelo Município de Belo Horizonte e no qual se definem os objetivos de comunicação e como as campanhas publicitárias apresentadas no item "Ideia Criativa" pretendem resolve-los.

8.1.6.3. Ideia Criativa com Simulação de Campanha – Texto contendo até 10 (dez) laudas, com 25 linhas, apresentando a resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitados na "Estratégia de Comunicação Publicitária", discorrendo 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 pelo licitante. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas separadamente do caderno único mencionado anteriormente, em pranchas com 420x297mm (formato A3, papel cartão supremo branco, 250g/m^2) e as peças eletrônicas em *pen drive*. Fica estabelecido o limite de 20 (vinte) peças da campanha (esboços, *layouts, spots, storyboards, roteiros, 'monstros"* e etc) independente do meio. Essas peças da campanha não fazem parte do limite estabelecido de texto, de até 10 (dez) laudas, proposto neste item.

Os storyboards animados, animatics ou 'monstros' deverão ser apresentados em pen drive com arquivos executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

Cada peça da campanha deverá trazer especificação sucinta destinada a facilitar a identificação e análise pelos integrantes da Subcomissão Técnica (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista etc).

As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudiquesua leitura e não ultrapassem os limites das pranchas, sem limitação de cores.

Para fins de cômputo dos exemplos de peças que podem ser apresentadas, até o limite de 20 (vinte) peças, determinado anteriormente, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) as peças apresentadas como parte de um kit serão computadas individualmente;

c) peças sequenciais, para qualquer meio, a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers, entre outros, serãocomputadas individualmente;

d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma única peça, desde que apresentadas na mesma prancha e desde que não prejudique a leitura;

e) um banner de internet com todas as suas fases será considerado uma única peça, desde que apresentadas na mesma prancha e desde que não prejudique a leitura;

f) um aplicativo com todas as suas telas será considerado uma única peça, desde que apresentadas na mesma prancha e desde que não prejudique a leitura;

g) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

h) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça;

i) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças.

8.1.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto apresentado em até 10 (dez) laudas, com 25 linhas, em que explicitará e justificará a estratégia e as táticas por ela sugeridas, em função da verba disponível para a campanha apresentada, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir o público de todaa cidade de Belo Horizonte; alternativas de mídias segmentadas; planilhas e quadro-resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções 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 laudas para este item.

8.1.8. Para efeito de precificação deverão ser considerados:

a) tabela cheia dos veículos vigente na data de publicação deste edital;

b) 15% de honorários de produção de qualquer natureza (filmes, vídeos, spots, produção gráfica etc).

8.1.9. A Simulação de Campanha a ser apresentada será norteada pelos seguintes critérios:

a) duração: 20 (vinte) dias corridos;

b) público alvo: população de Belo Horizonte, o Legislativo, o Judiciário, as Entidades de Classe e os servidores municipais.

c) verba referencial: R$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais).

d) tema da campanha conforme *briefing* constante no ANEXO I.

8.2. DO INVÓLUCRO N.º 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

8.2.1. Capacidade de Atendimento – Texto apresentado em papel no formato A4, de até 10 (dez) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2cm das margens esquerda e direita a partir da borda,com fonte Arial, corpo 12, para o conjunto dos subitens:

a) Histórico do licitante e perfil dos seus principais executivos.

b) Indicação da estrutura operacional.

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 o licitante julgar relevantes.

8.2.2. Investimento em Estrutura de Atendimento – Texto apresentado em papel no formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial, corpo 12, por meio do qual o 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 ao licitante bancos de dados, serviços de institutos de pesquisas, ferramentas que avaliem a eficácia da comunicação, acompanhamento de mídia, escritórios ou filiais em outros estados ou no exterior que possam ser usados para apoio, caso necessário, à comunicação do Município de Belo Horizonte.

8.2.3. Portfólio – Conjunto de trabalhos realizados pelo licitante, com no mínimo 10 (dez) e no máximo 12 (doze) peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes em pen drive, e os spots e jingles em pen drive apresentados anexos. As fichas técnicas deverão conter a razão socialdo cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida, o mês e ano de sua veiculaçãoe um breve relato dos problemas que cada peça se propôs a resolver. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 420 x 297mm (formato A3).

8.2.4. *Cases* – Duas campanhas de propaganda completas, desenvolvidas anteriormente pelo 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 4 (quatro) laudas cada relato. Anexos, deverão estar 5 (cinco) exemplos, no máximo, das peças utilizadas. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 420 x 297mm (formato A3). As peças eletrônicas deverão serapresentadas em *pen drive*.

9. DO PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS – JULGAMENTO FINAL

9.1. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios a seguir e devidamente registrados em ata.

10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

No julgamento das Propostas Técnicas, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) A Subcomissão Técnica receberá e analisará, separadamente, dois grupos de envelopes contendo as Propostas Técnicas apresentadas pelos licitantes: os Envelopes 1, relativos ao Plano de Comunicação Publicitária Via não Identificada e os Envelopes 3, relativos ao Conjunto de Informações.

b) 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:

10.1. INVÓLUCRO N.º 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

a. Raciocínio Básico – 25 pontos
b. Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 pontos
c. Ideia Criativa – 20 pontos
d. Estratégia de Mídia e Não Mídia – 05 pontos

TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL – 70 PONTOS

10.2. INVÓLUCRO N.º 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

a. Capacidade de Atendimento – 8 pontos
b. Investimento em Estrutura de Atendimento – 4 pontos
c. Portfólio – 4 pontos
d. Cases – 4 pontos

TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL – 20 PONTOS

10.3. As propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a Subcomissão Técnica observar os seguintes aspectos no julgamento de cada quesito:

10.3.1. "Raciocínio Básico":

a) O conhecimento da ação governamental e da comunicação de governos, no atual

contexto social, político e econômico.

b) O conhecimento das características do Município de Belo Horizonte e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação.

c) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo *briefing.*

d) O posicionamento publicitário proposto e o entendimento das formas de relação entre o Município de Belo Horizonte e seus diversos públicos.

10.3.2. "Estratégia de Comunicação Publicitária":

a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende aobriefing.

b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostas e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação do Município de Belo Horizonte 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.

10.3.3. "Ideia Criativa":

a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto nos dois subitens anteriores.

b) Sua pertinência às atividades do Município de Belo Horizonte 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.

10.3.4. "Estratégia de Mídia e Não Mídia":

a) O raciocínio estratégico e tático.

b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos.

c) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios.

d) A coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado.

e) A pertinência, a otimização e a oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas.

10.3.5. "Capacidade de Atendimento":

a) O currículo dos principais executivos do licitante, principalmente nas áreas de planejamento, criação, mídia e atendimento.

b) As estruturas técnica e operacional do LICITANTE para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida, principalmente em relação ao quadro de profissionais que será colocado àdisposição do Município de Belo Horizonte;

c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre o LICITANTE e a equipe técnica do Município de Belo Horizonte.

10.3.6. "Investimentos 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 pelo licitante.

10.3.7. "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.

10.3.8. "*Cases*":

a) O encadeamento lógico da exposição;

b) A evidência de planejamento publicitário;

c) A consistência dos resultados apresentados pelas campanhas.

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

10.5. Cada aspecto será avaliado em relação aos requisitos constantes deste 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).

10.6. A Subcomissão Técnica desclassificará as propostas que não obtiveram no mínimo 70% (setenta por cento) dos pontos da Proposta Técnica (Envelopes 1 e 3), ou seja, menos de 49 (quarenta e nove) pontos no Plano de Comunicação Via Não Identificada e menos de 14 (quatorze) pontos no Conjunto de Informações.

10.7. Serão desclassificadas as Propostas:

10.7.1. Que não contiverem todos os dados exigidos no Edital;

10.7.2. Em que os 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 a 70% dos pontos da Proposta Técnica ou zero em qualquer um dos quesitos.

10.8. 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 umdos quesitos, observado o seguinte:

10.8.1. 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;

10.8.2. 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.

10.9. 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 lacre 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 do LICITANTE antes da abertura do invólucro.

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

10.11. Após identificada a autoria do Plano de Comunicação Publicitária pela Comissão Especial de Licitação, a Comissão proclamará o resultado de desclassificação dos Proponentes.

10.12. 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, de acordo com a seguinte fórmula:

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

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.

11. DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. As Propostas de Preços dos licitantes classificados deverão conter os seguintes elementos:

11.1.1. O desconto, que será concedido ao Município, incidente sobre os custos internos de produção da agência, apurados em relação à tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais;

11.1.2. O prazo de validade, que não será inferior a 60 (sessenta) dias da data de abertura dosenvelopes respectivos;

11.1.3. 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.

11.1.4. O preço proposto deverá contemplar todas as despesas necessárias à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.

11.2. Não poderão ser incluídos outros documentos/peças componentes da proposta além dos aqui indicados.

11.3. Juntamente com a proposta escrita, deverá constar, sob pena de desclassificação, Declaração de elaboração independente de proposta, nos termos do ANEXO IV deste Edital.

12. DA DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1. Serão desclassificadas:

12.1.1. As propostas que não atenderem às exigências deste edital;

12.1.2. As que não contiverem local, data e assinatura do representante legal do LICITANTE ou de procurador com poderes específicos para o ato, indicado em instrumento particular ou público.

12.2. O preço proposto será de exclusiva responsabilidade do LICITANTE e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

13. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

13.1. A Proposta de Preços conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

13.2. As Propostas de Preços dos licitantes classificados na fase anterior serão avaliadas e classificadas de acordo com os pontos atribuídos, da seguinte forma: 10 (dez) pontos à Proposta que oferecermaior percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção (criação e montagem) das empresas, 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 aos restantes, conforme a seguinte fórmula:

$$NPP = \frac{10 \times VNPdP}{VNMPdP}$$, em que:

NPP = Nota da Proposta de Preços;

VNPdP = Valor numérico do percentual de desconto proposto;

VNMPdP = Valor numérico do maior percentual de desconto proposto.

13.3. Com base na análise dos fatores indicados, a Comissão fará a classificação das Propostas de Preços, desclassificando aquelas que:

13.3.1. Não atingirem a pontuação mínima exigida das proponentes nesta etapa da Licitação, afim de que possam ser classificadas, que é de 7 (sete) pontos, o equivalente a 70% (setenta por cento) do total de pontos possíveis.

13.4. Se todas as propostas forem desclassificadas, a Comissão poderá fixar para os licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas, escoimadas das causas que tenham determinado a desclassificação. As novas propostas deverão ser apresentadas em invólucros lacrados, que serão recebidos em sessão pública, observando-se o procedimento de avaliação e julgamento estabelecido nos subitens anteriores.

14. DA CLASSIFICAÇÃO FINAL

14.1. A classificação dos licitantes será, dessa forma, de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas Técnica e de Preço, considerando que a Proposta Técnica terá como pontuação máxima 80% (oitenta por cento) do total possível de pontos e a Proposta de Preços terá

como pontuação máxima 20% (vinte por cento) do total possível de pontos.

14.2. As notas das Propostas Técnicas terão peso 8 (oito), e as notas das Propostas de Preços terão peso 2 (dois), sendo classificados os licitantes segundo a ordem decrescente da nota média ponderada,obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

$$NMP = \frac{8\,(NPT) + 2\,(NPC)}{10}$$, em que:

NMP = Nota média ponderada final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NPC = Nota da Proposta Comercial.

14.3. 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.

14.4. 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:

14.4.1. Raciocínio Básico;

14.4.2. Ideia Criativa;

14.4.3. Estratégia de Comunicação Publicitária;

14.4.4. Portfólio;

14.4.5. Capacidade de Atendimento;

14.4.6. Investimento em Estrutura de Atendimento;

14.4.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia;

14.4.8. Cases

14.5. Persistindo o empate na classificação final, após verificadas as normas de desempate estabelecidas acima, a Concorrência será decidida por sorteio, em sessão pública, para a qual serão todos os licitantes convocados.

15. DA APURAÇÃO DOS VENCEDORES

15.1. Ultrapassado o prazo recursal e homologado o resultado do julgamento pela autoridade competente do Município de Belo Horizonte, os Contratos objeto deste Edital serão adjudicados aos

licitantes considerados vencedores nos termos do item 14 deste Edital.

15.2. As 2 (duas) agências vencedoras serão aquelas que obtiverem maior Nota Média Ponderada Final.

16. DA ADJUDICAÇÃO DO OBJETO DA CONCORRÊNCIA

16.1. Os serviços de propaganda e publicidade, objeto da presente concorrência, serão adjudicados às 02 (duas) primeiras classificadas, na ordem decrescente de pontuação, obedecido o seguinte:

Lote 1 – Adjudicado à 1ª classificada:

A- Institucional (Incluídas campanhas extraordinárias em situação de crise como enchentes, queda de encostas, pandemia etc. Nas campanhas com caráter de balanço, poderão ser utilizados informações e dados de outras áreas não incluídas nesse lote)

B- Segurança

C- Habitação, Urbanização, Regulação e Ambiente Urbano

D- Mobilidade Urbana

E- Proteção Social, Segurança Alimentar e Esportes

F- Educação

G- Cultura

Lote 2 – Adjudicado à 2ª classificada:

A- Atendimento ao Cidadão e Melhoria da Gestão Pública (Nas campanhas de IPTU, poderão ser utilizados dados e informações de outras áreas não incluídas nesse lote)

B- Saúde

C- Sustentabilidade Ambiental

D- Desenvolvimento Econômico e Turismo

16.2. Os objetos serão adjudicados às agências, obedecida a ordem de classificação, as quais serão contratadas mediante instrumentos contratuais, da seguinte forma:

16.2.1. As agências adjudicadas para o Lote 01e 02 firmarão contrato individual com o Município de Belo Horizonte.

16.3. Na hipótese de rescisão do contrato, por qualquer motivo, antes do término do prazo de vigência, os Contratantes convocarão outra empresa, observada a ordem de classificação, para assumir, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, o remanescente do objeto anteriormente contratado, desde que sejam aceitas as mesmas condições oferecidas pelo LICITANTE vencedor.

16.4. Na hipótese do subitem anterior, a assunção do remanescente pela empresa convocada, por meio da formalização de novo contrato, quando for o caso, acarreta a rescisão de contrato anteriormente celebrado.

17. DO DIREITO DE PETIÇÃO

17.1. Qualquer cidadão poderá impugnar o presente edital até o 5º dia útil anterior à data de entrega dos invólucros 1, 2, 3 e 4. As impugnações deverão ser, obrigatoriamente, formalizadas por escrito, devidamente assinadas e protocoladas na Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças da Secretaria Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social, situada na Avenida Afonso Pena, 1.212, 3º andar, Bairro, Centro, Belo Horizonte, MG, de segunda à sexta-feira, das 8 às 17 horas, que terão prazo de até 3 (três) dias úteis para o seu julgamento, nos termos do §1º do art. 41 da Lei Federal nº 8.666/93.

17.2. O LICITANTE poderá impugnar o presente Edital, no prazo de até 2 (dois) dias úteisanteriores à data de abertura dos invólucros 1, 2, 3 e 4, em face de vícios ou irregularidades porventura nele existentes. As impugnações deverão ser, obrigatoriamente, formalizadas por escrito, devidamente assinadas e protocoladas na Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças da Secretaria Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social, situada na Avenida Afonso Pena, 1.212, 3º andar, Bairro Centro, Belo Horizonte, MG, de segunda à sexta-feira, das 8 às 17 horas.

17.2.1. Decairá do direito a impugnar os termos deste Edital perante a Administração, o LICITANTE que o tenha aceitado sem objeções e vier a apontar, depois do prazo fixado no subitem anterior, falhas ou irregularidades que o viciariam, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

17.3. É facultado ao licitante, nos termos do art. 109 da Lei n.º 8.666/93, a interposição de:

17.3.1. RECURSO, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis contados da intimação do ato ou da lavratura da ata pela Comissão Especial de Licitação, dos seguintes atos:

a) Habilitação e/ou inabilitação dos licitantes e classificação e/ou desclassificação das propostas,dirigido ao Secretário Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social por intermédio da Comissão Especial de Licitação, que poderá reconsiderar a decisão ou, mantendo-a, fazê-la subir ao Secretário devidamente informado, para decisão.

b) Da anulação ou revogação deste Edital, dirigido ao Secretário Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social que poderá reconsiderar a decisão ou, mantendo-a, encaminhá-la ao Secretário Municipal de Fazenda.

17.3.2. REPRESENTAÇÃO, no prazo de 05 (cinco) dias úteis da intimação da decisãorelacionada

com o objeto da licitação, da qual não caiba recurso hierárquico dirigido à autoridade superior àquela que praticou o ato.

17.4. O recurso previsto na alínea "a" do subitem 17.3.1 deste edital terá efeito suspensivo, podendo, a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir eficácia suspensiva aos demais recursos.

17.5. Não caberá mais de um recurso sobre a mesma matéria por parte de um mesmo licitante, bem como não caberá recurso em mesmo grau sobre matéria já decidida.

17.6. Não serão acolhidos os recursos apresentados fora do prazo legal, nem os recursos subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para representar o licitante.

17.7. As razões do recurso e as contrarrazões, quando propostas, poderão ser enviadas para o *e-mail* comissaoespecialdelicitacao.publicidade2022@pbh.gov.br com remessa posterior do documento original no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis contados do prazo final para sua apresentação junto à Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças da Secretaria Municipal de Governo, situada na Avenida Afonso Pena, 1.212, 3º andar, Bairro, Centro, Belo Horizonte, MG, impreterivelmente no horário de atendimento, de 09h as 17h.

17.8. Não serão considerados recursos que versem sobre aditamento ou modificação de proposta, bem como aqueles que apresentam informações ou esclarecimentos que deveriam constar obrigatoriamente da proposta.

17.9. Não caberá mais de um recurso sobre a mesma matéria por parte de um mesmo licitante, bem como não caberá recurso sobre matéria já decidida em grau de recurso.

17.10. A decisão proferida em grau de recurso será definitiva, dela dando-se conhecimento aos interessados por publicação resumida no DOM.

18. DO CONTRATO

18.1. Homologada a presente concorrência e adjudicado o seu objeto, serão convocados para assinatura dos contratos respectivos, no prazo de 5 (cinco) dias úteis após a notificação dos contratantes, conforme minuta anexa, que integra o presente Edital, os dois primeiros classificados.

18.2. O não atendimento à convocação para assinatura do(s) contrato(s) no prazo fixado, implicará na decadência do direito à contratação, sujeitando, ainda, a empresa adjudicatária às sanções previstas em leie no Decreto Municipal 15.113/2013, mediante regular e prévio processo administrativo.

18.2.1. Na hipótese do subitem anterior, proceder-se-á à convocação de outro licitante, obedecidas a ordem de classificação e as mesmas condições propostas pela desistente,

inclusive quanto ao preço, em conformidade com a Lei Federal nº 8.666/93 e alterações.

18.3. Quando da assinatura dos contratos, as adjudicatárias deverão estar devidamente cadastradas no Sistema Único de Cadastro de Fornecedores do Município – SUCAF e comprovar a manutenção das condições de regularidade demonstradas para habilitação.

18.3.1. É de exclusiva responsabilidade das adjudicatárias, providenciarem seu cadastramento junto ao SUCAF, caso ainda não se encontrem cadastradas, nos termos do Decreto Municipal nº 11.245/03. Quaisquer outros esclarecimentos podem ser obtidos por meio do site: https://prefeitura.pbh.gov.br/transparencia/sucaf ou pelo telefone (31) 3277-4311.

18.4. Os contratos terão prazo de 12 (doze) meses, a partir da data de sua assinatura, prorrogáveis por períodos inferiores ou iguais, a critério do Município de Belo Horizonte, respeitados os limites legais, mediante termo aditivo devidamente formalizado, observada a legislação pertinente e o prazo máximo fixado neste Edital.

18.5. O conteúdo do presente Edital, bem como as propostas dos licitantes vencedores farão parte integrante dos contratos, independentemente de transcrição.

18.6. O não cumprimento das obrigações contratuais e demais condições constantes do Edital sujeitará as contratadas às penalidades previstas no instrumento contratual, na Lei Federal 8.666/93 e alterações e Decreto Municipal 15.113/2013.

18.7. Os Contratantes poderão rescindir, a qualquer tempo o contrato formalizado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espéciede direito, nos casos previstos na Lei Federal 8.666/93 e alterações e no contrato firmado entre as partes.

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

18.9. Nas hipóteses cabíveis, serão aplicadas à contratada as sanções previstas na Lei Federal nº 8.666/93 e alterações, no Decreto Municipal nº 15.113/13, no contrato e na legislação de regência local.

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

18.11. Obrigam-se também as contratadas por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas ao cumprimento do presente Edital e do instrumento de contrato formalizado.

18.12. As Contratadas deverão prestar esclarecimentos aos Contratantes sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação.

18.13. É vedado às Contratadas caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente concorrência para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização das contratantes.

18.14. As Contratadas poderão subcontratar outras empresas para aqueles serviços que tenham relação com a atividade de comunicação e que não sejam executados por uma agência de propaganda, tais como produção e execução das peças e projetos publicitários criados, planejamento e execução de pesquisas, entre outros, previstos pela Lei Federal nº 12.232/2010, pelo estatuto do CENP e pela própria tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais.

18.15. As despesas decorrentes da contratação correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

LOTES	ÓRGÃO / ÁREA	DOTAÇÃO	VALOR (R$)
LOTE 01	SMAICS	3200.5300.04.131.015.2.007.339039-23.0000	45.000.000,00
LOTE 02	SMAICS	3200.5300.04.131.015.2.007.339039-23.0000	20.000.000,00

18.15.1. Os valores acima previstos são estimados, não se comprometendo o Município de Belo Horizonte a realizá-los em sua totalidade.

19. DA GARANTIA

19.1. Exigir-se-á das adjudicatárias a prestação de garantia no percentual de 0,2% (dois décimos por cento) do valor contratado, a ser recolhida no prazo de até 15 (quinze) dias, contados do início da vigência dos contratos respectivos, podendo optar por uma das seguintes modalidades:

19.1.1. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, devendo ser emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

19.1.2. Seguro garantia;

19.1.3. Fiança bancária.

19.2. A opção pela modalidade de garantia será feita quando da convocação pelos contratantes.

19.3. Caso seja feita opção pela modalidade caução em dinheiro, o recolhimento deverá ser

obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal (Banco 104) por meio da Conta nº 71096-9 (Operação 006) – Agência 0093-0.

19.4. A caução em dinheiro só será devolvida após o cumprimento total das obrigações contratuais.

19.5. A cobertura do seguro garantia vigorará até a extinção das obrigações do tomador, que deverá efetuar o pagamento do respectivo prêmio por todo o período da garantia, independentemente do prazo de vigência indicado na apólice.

19.6. A garantia na forma de Fiança Bancária terá sua vigência até o cumprimento total das obrigações contratuais.

19.7. O Município de Belo Horizonte poderá utilizar, total ou parcialmente, da garantia exigida para ressarcir-se de multas estabelecidas no contrato.

19.8. O valor da garantia poderá ser utilizado total ou parcialmente para o pagamento de qualquer obrigação, inclusive indenização a terceiros, obrigando-se a Contratada a fazer a respectiva reposição no prazo máximo e improrrogável de 02 (dois) dias úteis, contado da data em que for notificada.

19.9. A garantia somente será liberada ou restituída após a execução de todas as obrigações contratuais e desde que não haja, no plano administrativo, pendência de qualquer reclamação a elas relativas.

19.10. As modalidades de seguro garantia e de fiança bancária não podem trazer cláusulas restritivas do uso da garantia e nem de limitações de prazo para comunicado de sinistro, se for o caso.

20. ENTREGA E RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS

20.1. A entrega do serviço, que se dará sob demanda, será realizada no prazo fixado no documento que detalha a estimativa de custo (EC) e autorizações de publicação (AP), obrigando-se a CONTRATADA a manter a qualidade do serviço e as mesmas condições que a classificaram no processo licitatório.

20.2. O recebimento do serviço estará condicionado às especificações, condições e qualidade previstas nas estimativas de custo (EC) e autorizações de publicação (AP).

20.3. Todos os produtos deverão primar pela qualidade, podendo ser recusados, a qualquer tempo, caso não atendam às especificações exigidas.

21. DAS CONDIÇÕES DE FATURAMENTO/PAGAMENTO

21.1. O faturamento será efetuado após a execução dos serviços e deverá ser apresentado à SMAICS

- Secretaria Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social para atestamento. No caso das empresas públicas, o atestamento será realizado pelo fiscal do contrato indicado.

21.2. O pagamento será efetuado no prazo de até 30 (trinta) dias, contados do adimplemento, relativo ao serviço prestado.

21.3. Os documentos fiscais deverão obrigatoriamente discriminar a prestação dos serviços realizados e o período da execução.

21.4. A Contratada deverá emitir a Nota Fiscal/Fatura conforme legislação vigente.

21.5. Havendo irregularidades na emissão da Nota Fiscal/Fatura, o prazo para pagamento será contado a partir da sua reapresentação devidamente regularizada.

22. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

22.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas caracterizará a inadimplência do LICITANTE e/ou da Adjudicatária/Contratada, sujeitando-a às seguintes penalidades:

22.1.1. advertência.

21.1.2. multas nos seguintes percentuais:

a) multa moratória de 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso, na execução de serviços, até o limite de 9,9% (nove inteiros e nove décimos por cento), correspondente a até 30 (trinta) dias de atraso, calculado sobre o valor correspondente à parte inadimplente, excluída, quando for o caso, a parcela correspondente aos impostos destacados no documento fiscal.

b) multa indenizatória de 10% (dez por cento) sobre o valor total da adjudicação da licitação em caso de recusa do infrator em assinar o contrato.

c) multa de 3% (três por cento) sobre o valor de referência para a licitação, na hipótese de o infrator retardar o procedimento de contratação ou descumprir preceito normativo ou as obrigações assumidas.

d) multa de 3% (três por cento) sobre o valor total da adjudicação da licitação, quando houver o descumprimento das normas jurídicas atinentes ou das obrigações assumidas.

e) multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor da parcela que eventualmente for descumprida na hipótese de o infrator entregar o objeto contratual em desacordo com as especificações, condições e qualidade contratadas e/ou com vício, irregularidade ou defeito oculto que o tornem impróprio para o fim a que se destina.

f) multa indenizatória de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato quando

o infrator der causa à rescisão do contrato.

g) multa indenizatória, a título de perdas e danos, na hipótese de o infrator ensejar a rescisão do contrato, e sua conduta implicar em gastos à Administração Pública superiores aos contratados.

22.1.3. suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Administração Municipal, conforme disposto no inciso III do art. 87 da Lei n.º 8.666/93;

22.1.4. declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, nos termos do inciso IV do art. 87 da Lei nº 8.666/93.

22.2. As penalidades de advertência e multa serão aplicadas pelo Diretor competente.

22.3. Nos casos previstos pela legislação, as multas poderão ser descontadas do pagamento imediatamente subsequente à sua aplicação.

22.4. A penalidade de suspensão temporária será aplicada pelo Secretário Municipal competente.

22.5. A penalidade de declaração de inidoneidade será aplicada pelo Secretário Municipal competente.

22.6. Na notificação de aplicação das penalidades de advertência, multa e suspensão temporária será facultada a defesa prévia no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

22.7. Na notificação de aplicação da penalidade de declaração de inidoneidade será facultada a defesa prévia no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias úteis.

22.8. No caso de aplicação das penalidades previstas será concedido prazo de 10 (dez) dias úteis para apresentação de recurso.

22.9. As penalidades são independentes entre si, podendo ser aplicadas em conjunto ou separadamente, após a análise do caso concreto e não exime a Contratada da plena execução do objeto contratado.

22.9.1. Na hipótese de cumulação a que se refere o subitem acima, serão concedidos os prazos para defesa e recurso aplicáveis à pena mais gravosa.

22.10. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias corridos será considerado como inexecução total do Contrato, devendo o instrumento respectivo ser rescindido, salvo razões de interesse público devidamente explicitadas no ato da autoridade competente pela contratação.

22.11. Poderá, ainda, ser objeto de apuração e processo administrativo a prática considerada abusiva, inclusive aquela caracterizada por proposta com preço manifestamente majorado ou inexequível.

23. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

23.1. O Município de Belo Horizonte, sempre mediante despacho escrito e devidamente fundamentado, poderá anular a presente licitação por ilegalidade e, desde que fundada em razões de interesse público, poderá ainda:

23.1.1. adiar a abertura das propostas, dando conhecimento aos interessados, por publicação no Diário Oficial do Município de Belo Horizonte - DOM, com antecedência de, no mínimo, 24 (vinte e quatro) horas da data inicialmente marcada;

23.1.2. revogar, no todo ou em parte, a presente licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente, devidamente comprovado, disto dando ciência aos interessados, mediante publicação no Diário Oficial do Município de Belo Horizonte – DOM, sem que caiba ao LICITANTE direito à indenização, salvo em caso de dano efetivo resultante dessa revogação e na forma da lei.

23.1.3. alterar, até a data da sessão pública de abertura, as condições deste Edital, as especificações e qualquer documento pertinente a esta licitação, desde que seja fixado novo prazo, não inferior a 45 (quarenta e cinco) dias, para a abertura das propostas, a contar da publicação das alterações, salvo se estas, inquestionavelmente, não afetarem a formulação das propostas.

23.2. Após a fase de Habilitação, não caberá desistência da proposta, salvo por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Especial de Licitação.

23.3. A não apresentação, no momento próprio de qualquer documento exigido neste Edital, implicará na inabilitação ou desclassificação do licitante.

23.4. Decairá do direito de impugnar os termos do Edital de Licitação à Administração, o licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a data de abertura dos INVÓLUCROS 1,2,3 e 4, já mencionada neste Edital.

23.5. O LICITANTE é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação e da execução do serviço. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contida implicará a imediata desclassificação do LICITANTE que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido o vencedor, o cancelamento da Nota de Empenho e as rescisões dos contratos, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

23.6. A Comissão Especial de Licitação poderá, a qualquer tempo, solicitar comprovação da documentação apresentada na Proposta Técnica aos órgãos e entidades indicados.

23.7. Em todas as reuniões realizadas no âmbito deste procedimento, será lavrada ata circunstanciada que será assinada pelos seus membros e, se for o caso, pelos representantes dos licitantes.

23.8 . Os representantes dos licitantes presentes nas sessões poderão nomear um representante ou uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos, decisão que constará da respectiva ata.

23.9. Esclarecimentos adicionais relativos ao texto deste Edital, quando envolverem interpretação sobre o preciso entendimento do que nele contém, poderão ser obtidos junto à Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças da Secretaria Municipal de Governo, por intermédio do endereço eletrônico comissaoespecialdelicitacao.publicidade2022@pbh.gov.br, que encaminhará os pedidos à Comissão Especial de Licitação, desde que solicitados até 3 (três) dias úteis antes da data marcada para o recebimento dos INVÓLUCROS. O inteiro teor do pedido formulado, bem como da respectiva resposta, será publicado no site oficial da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte – www.pbh.gov.br, acessando o *link* Licitações.

23.10. É facultado à Comissão Especial de Licitação ou à autoridade a ele superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar nele desde arealização da sessão pública.

23.11. A Comissão Especial de Licitação, no exercício de suas funções, poderá valer-se de pareceres técnicos e/ou jurídicos exarados por servidor/comissão devidamente constituídos, para embasar sua decisão quando do julgamento das fases de habilitação e proposta.

23.12. A normatização aplicável, especialmente a Lei Federal nº. 8.666/93, se conflitante com as condições e exigências deste Edital, será preponderante.

23.13. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento do licitante, desde que seja possível a aferição de sua qualificação e a exata compreensão da sua proposta.

23.14. O LICITANTE intimado para prestar qualquer esclarecimento adicional deverá fazê- lo no prazo determinado pela Comissão Especial de Licitação, sob pena de inabilitação/desclassificação.

23.15. A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato de Prestação de Serviço, conforme previsto nos parágrafos 1º e 2º do art. 65 da Lei 8.666/93.

23.16. Para aditamento do quantitativo deverá ser observado o disposto no Decreto Municipal nº 13.757/2009 e suas alterações.

23.17. A tolerância do Município de Belo Horizonte com qualquer atraso ou inadimplência por parte da Contratada não importará de forma alguma em alteração ou novação.

23.18. A Contratada não poderá caucionar ou utilizar os Contratos para qualquer operação financeira.

23.19. As normas que disciplinam este procedimento licitatório serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os licitantes, desde que não comprometam o interesse da

Administração, a finalidade ou a segurança da contratação.

23.20. As decisões referentes a este processo licitatório serão comunicadas aos licitantes por qualquer meio de comunicação que comprove o recebimento ou, ainda, mediante publicação no DOM.

23.21. Os casos não previstos neste Edital serão decididos pela Comissão Especial de Licitação ou pela autoridade a ela superior.

23.22. A participação do LICITANTE nesta licitação implica em aceitação de todos ostermos deste edital.

23.23. Em cada uma das fases haverá a abertura de vistas franqueadas aos autos do processo, bem como será respeitado o prazo legal para interposição de recursos, nos termos do art. 109 da Lei nº 8.666/93.

23.24. A Contratada deverá manter, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no item 9 deste edital, em cumprimento ao disposto no Inciso XIII do artigo 55 da Lei 8.666/93.

23.25. Se a empresa vencedora não for cadastrada no SUCAF, a documentação apresentada para fins de habilitação deverá ser enviada ao órgão competente para as devidas providências relativas ao seu cadastramento.

23.25.1. Nessa hipótese, a exigência prevista no art. 4º do Decreto Municipal nº 11.245/05 será cumprida mediante o encaminhamento da referida documentação e da proposta constando a solicitação para cadastramento.

23.25.2. Se a empresa vencedora já estiver cadastrada, deverá manter a documentação atualizada.

23.26. A Comissão Especial de Licitação procederá à devolução dos envelopes fechados aos licitantes inabilitados, contendo as respectivas propostas, desde que não tenha havido recurso ou após sua denegação.

23.27. A Contratada não poderá:

23.27.1. subcontratar total ou parcialmente o objeto contratado, exceto na hipótese de serviço secundário que não integre a essência do objeto, desde que expressamente autorizada pelo Contratante, mantida em qualquer caso a integral responsabilidade da Contratada;

23.27.2. associar-se com outrem, realizar fusão, cisão, incorporação ou integralização de capital, salvo com expressa autorização do Contratante.

23.28. O foro designado para julgamento de quaisquer questões judiciais resultante deste Edital será o da Comarca de Belo Horizonte.

23.29. Fazem parte integrante deste edital:

Anexo I – Projeto Básico;

Anexo II – Modelo de Procuração;

Anexo III – Modelo de Declaração de Inexistência de Fatos Impeditivos e de que Não Emprega Menor;

Anexo IV- Modelo de Declaração Independente da Proposta;

Anexo V – Modelo de Proposta de Preços;

Anexo VI– Modelo de Declaração de beneficiário da lei complementar nº 123/2006;

Anexo VII – Minuta do Contrato.

Anexo VIII – Informações complementares

Belo Horizonte,

_____

Diretor de Planejamento, Gestão e Finanças

_____

Secretário Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social

ANEXO I – PROJETO BÁSICO - SMAICS

EDITAL DE CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022

1. OBJETO DA CONTRATAÇÃO

1.1. O objeto da concorrência é seleção de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade.

1.2. 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, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral.

§ 1º – Poderão ser incluídos como atividades complementares aos serviços de publicidade contratados, os serviços especializados pertinentes:

I – ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei Federal nº 12.232/2010;

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.

§ 2º – É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização ou patrocínio de eventos festivos de qualquer natureza.

1.3. Os serviços abrangem as ações de publicidade de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município de Belo Horizonte.

1.4. As atividades previstas no subitem 1.2 não poderão ser objeto de subcontratação.

1.5. Os serviços de comunicação social terão caráter educativo, informativo, de orientação social ou de utilidade pública, deles não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (§1º art. 37 da Constituição da República Federativa do Brasil e art. 28 da Lei Orgânica do Município de Belo Horizonte).

1.6. O público prioritário das campanhas e ações publicitárias a serem empreendidas é a população

de Belo Horizonte.

1.6.1. São também públicos a serem atingidos por campanhas e ações publicitárias, os que se constituírem de interesse da Administração Municipal pelo potencial que representam para o desenvolvimento do Município, sejam por aspectos econômicos, culturais, turísticos ou sociais, além de entidades de classe, meio político, em especial os integrantes da Câmara Municipal de Belo Horizonte, poder judiciário e outras associação representativas de segmentos diversos da sociedade.

1.7. Todos os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto da Licitação, inclusive as peças publicitárias, pertencerão aos Contratantes.

1.8. Os serviços, objeto desta licitação, serão adjudicados às 2 (duas) primeiras classificadas, na ordem decrescente de pontuação, correspondente a 2 (dois) lotes, definidos guardando relação com as Áreas de Resultado e os respectivos Projetos Estratégicos e Transformadores do Plano Plurianual de Ação Governamental - PPAG 2022-2025, a saber:

Lote 1 – Adjudicado à 1ª classificada:

A- Institucional (Incluídas campanhas extraordinárias em situação de crise como enchentes, queda de encostas, pandemia etc. Nas campanhas com caráter de balanço, poderão ser utilizados informações e dados de outras áreas não incluídas nesse lote)

B- Segurança

C- Habitação, Urbanização, Regulação e Ambiente Urbano

D- Mobilidade Urbana

E- Proteção Social, Segurança Alimentar e Esportes

F- Educação

G- Cultura

Valor: R$ 45.000.000,00 (quarenta e cinco milhões de reais).

Lote 2 – Adjudicado à 2ª classificada:

A- Atendimento ao Cidadão e Melhoria da Gestão Pública (Nas campanhas de IPTU, poderão ser utilizados dados e informações de outras áreas não incluídas nesse lote)

B- Saúde

C- Sustentabilidade Ambiental

D- Desenvolvimento Econômico e Turismo

Valor: R$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais).

PROJETOS ESTRATÉGICOS 2023-2025

SEGURANÇA
1. Policiamento em áreas prioritárias e em unidades de atendimento à população
2. Prevenção da violência em áreas de vulnerabilidade social
3. COP-BH: Gestão integrada e inteligente de problemas públicos de Belo Horizonte

SAÚDE
4. Ampliação do acesso e qualificação do cuidado e gestão em saúde
5. Fortalecimento da atenção primária em saúde
6. Aumento da eficiência operacional das ações de prevenção, controle de doenças e redução do risco sanitário
7. Tecnologia e informação para conectar e facilitar o uso dos serviços de saúde pelo cidadão e trabalhadores

SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL
8. Ampliação e qualificação do serviço de limpeza urbana
9. Modernização do licenciamento ambiental
10. Bem Estar e Saúde Animal
11. BH Cidade Sustentável
12. Gestão de Águas Urbanas: Gestão Ambiental
13. Melhoria da infraestrutura e equipamentos das unidades administradas pela FPMZB, com ênfase na acessibilidade e videomonitoramento
14. Melhoria das condições ambientais das unidades administradas pela FPMZB, com ênfase em educação ambiental, conservação da biodiversidade e soluções baseadas na natureza

MOBILIDADE URBANA
15. Qualidade do Transporte Coletivo: Um Direito de Todos
16. BH Inclusiva, Segura e Cidadã
17. Modernização tecnológica
18. Implantação e Melhoria de infraestrutura de mobilidade urbana

HABITAÇÃO, URBANIZAÇÃO, REGULAÇÃO E AMBIENTE URBANO
19. Regularização fundiária e urbanização em áreas de interesse social
20. Gestão e redução do risco geológico em assentamentos de interesse social
21. Provisão habitacional no município
22. Simplificação e modernização dos serviços de licenciamento urbano para melhoria da gestão pública
23. Regularização urbanística de assentamentos informais de interesse social
24. Melhoria do Ambiente Urbano

EDUCAÇÃO
25. Ampliação do Programa APPIA - Um Olhar para a Infância
26. Implantação do Programa APPIA - Horizontes da Adolescência
27. Promoção de Políticas de Educação Inclusiva
28. Implantação do Programa APPIA - Consolidando Projetos de Vida
29. Melhoria da Convivência e da Segurança no Ambiente Escolar
30. Educação Integral, Cidadã e de Qualidade Social
31. Desenv. Profissional e Formação Continuada dos Profissionais da Educação
32. Ampliação do Atendimento em Tempo Integral

CULTURA
33. Política de Patrimônio e Memória Cultural
34. Fortalecimento da cultura e do turismo na Pampulha
35. Belo Horizonte Film Comission

PROTEÇÃO SOCIAL, SEGURANÇA ALIMENTAR E ESPORTES
36. SUAS BH Protege
37. Fortalecimento de políticas públicas de direitos de cidadania
38. Fortalecimento da política de segurança alimentar e da agroecologia
39. Democratização do esporte e do lazer

ATENDIMENTO AO CIDADÃO E MELHORIA DA GESTÃO PÚBLICA
40. Modernização da transparência, automação dos processos de auditoria e fomento ao controle social
41. Aprimoramento do relacionamento entre cidadão e Prefeitura
42. Modernização e automação de processos internos da PBH
43. Gestão estratégica de pessoas e valorização do servidor e do segurado
44. Modernização dos processos de gestão da receita tributária

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO
45. Belo Horizonte Surpreendente
46. Atração de investimentos e fomento ao setor da tecnologia da informação
47. Fomento ao empreendedorismo, à economia criativa e solidária
48. Qualificação, profissionalização e emprego
49. Relações internacionais de Belo Horizonte
    Melhoria do Ambiente de Negócios – MAN[1]
    Belo Horizonte Cidade Inteligente – BHCI[2]

2. JUSTIFICATIVA

2.1. O direito à informação é assegurado a todo cidadão pela Constituição da República Federativa do Brasil/88. Para garantir o efetivo exercício desse direito, a Secretaria Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social – SMAICS tem como tarefa informar a população sobre as ações, os programas e os serviços prestados pela Administração Municipal.

É dever do Poder Público Municipal prestar contas de todos os atos de Governo, consagrando seu caráter de transparência e publicidade. Ademais, é dever do Poder Público Municipal prestar ao cidadão todas as informações que considere de interesse público e que facilitem ou melhorem a convivência na cidade e na vida das pessoas.

Assim, a política de comunicação social da Administração Municipal de Belo Horizonte deve constituir-se de planejamento, definição e utilização dos instrumentos e canais de comunicação que garantam o direito à informação qualificada e orientada do cidadão. Sua eficácia pressupõe o desenvolvimento de um conjunto de estratégias e de ações táticas que visem a dar visibilidade e reforçar a imagem dos projetos, programas e atividades do Governo, sob a ótica da transparência e do interesse público.

Para fins de garantir a eficácia da política de comunicação social empreendida no âmbito do Município de Belo Horizonte, vislumbra-se, ainda, implementar novos esforços de comunicação, baseados no Plano Plurianual de Ação Governamental - PPAG 2022-2025

Em conclusão, a contratação dos serviços especializados de publicidade justifica-se, sobretudo, pela necessidade da Administração Municipal prover à população acesso amplo e confiável a informações que a possibilite acompanhar, acessar e usufruir, de forma mais eficiente e tempestiva, as políticas públicas desenvolvidas em Belo Horizonte.

3. CARACTERIZAÇÃO

A história de Belo Horizonte começa em 1701 com a fundação do Arraial Curral del Rei,pelo bandeirante paulista João Leite da Silva Ortiz. Em 1893 foi escolhida para ser a nova capital do estado de Minas Gerais, substituindo Ouro Preto, cabendo o planejamento urbano a cargo do Engenheiro Aarão Reis, chefe da Comissão de Construção da Nova Capital. Primeira cidade planejada do Brasil, inspirada em Paris e Washington, em 1897, ganhou o nome de Cidade de Minas e somente em 1901 passou a ser chamada de Belo Horizonte, cuja população prevista seria de 300 mil pessoas e dentro dos limites da Avenida do Contorno.

Com cerca de 2,8 milhões de habitantes, Belo Horizonte é o sexto município mais populoso do país, o terceiro da Região Sudeste. Nestes 125 anos como capital do estado, a cidade passou por transformações que a tornou referência econômica, cultural e tecnológica.

As principais atividades econômicas do município são comércio, prestação de serviços e indústria. É importante dizer que o seu PIB, em 2016, foi de 88,3 bilhões de reais. O município de Belo Horizonte é totalmente urbano.

Com um território de apenas 331 quilômetros quadrados, na década de 1920, a cidade recebia grande fluxo migratório por ter se consolidado como centro administrativo, de serviços e de cultura. A ocupação de seu território passou a ocorrer de forma desordenada, sem a necessária contrapartida em infraestrutura.

O processo de formação de favelas se intensificou. A estruturação urbana da cidade foi sendo marcada pela concentração de bens e serviços e a exclusão das classes menos favorecidas.

Nos anos 1950, o processo de urbanização, que ocorria em nível nacional, acentuou o movimento migratório, também impulsionado pela industrialização presente nos seus municípios vizinhos. Nos anos 1970, a ocupação de Belo Horizonte já ocorria em quase todo seu território, desacompanhada de políticas públicas capazes de lhe oferecer serviços e infraestrutura necessários e condizentes.

Como resultado, nos anos 1990, Belo Horizonte exibia o mesmo quadro caótico das demaismetrópoles brasileiras, formado por desigualdades crescentes nas condições de moradia e no tratamento das áreas centrais e periféricas; espaços públicos insuficientes e uso inadequado dos existentes; congestionamento do sistema viário e de transporte; e crescente degradação ambiental.

Com o retorno da democracia ao Brasil, em 1985, a cidade passa a eleger seus prefeitos e, nesse processo, deu-se início a um ciclo de gestões participativas que começaram a enfrentar uma herança histórica de problemas que se acumularam em todas as áreas e regiões.

Sem descuidar de qualquer segmento da população, o Executivo Municipal busca gerir a cidade com base em uma lógica mais inclusiva, de forma a assegurar a todos o acesso aos serviços públicos e viabilizar melhor qualidade de vida para os moradores.

3.2. Estrutura da Administração Municipal

3.2.1. A estrutura orgânica da administração pública do Poder Executivo do Município de BeloHorizonte é formada por órgãos da Administração Direta e Indireta.

3.2.2. Nos termos da Lei Municipal nº 11.065, de 1º de Agosto de 2017, e do Decreto Municipal nº 17.915, de 29 de março de 2022, a Administração Diretacompreende:

I – o Gabinete do Prefeito;

II – o Gabinete do Vice-Prefeito;

III – as secretarias municipais;

IV – os órgãos autônomos;

V – os órgãos colegiados.

3.2.3. Compõem a estrutura organizacional da administração direta as seguintes secretarias:

I – a Secretaria Municipal de Assistência Social, Segurança Alimentar e Cidadania –SMASAC;

II – a Secretaria Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social – SMAICS;

III – a Secretaria Municipal de Cultura – SMC;

IV – a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico – SMDE;

V – a Secretaria Municipal de Educação – SMED;

VI – a Secretaria Municipal de Esportes e Lazer – SMEL;

VII – a Secretaria Municipal de Fazenda – SMFA;

VIII – a Secretaria Municipal de Governo – SMGO;

IX – a Secretaria Municipal de Meio Ambiente – SMMA;

X – a Secretaria Municipal de Obras e Infraestrutura – SMOBI;

XI – a Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Gestão – SMPOG;XII – a Secretaria Municipal de Política Urbana – SMPU;

XIII – a Secretaria Municipal de Saúde – SMSA;

XIV – a Secretaria Municipal de Segurança e Prevenção – SMSP.

3.2.4. São órgãos autônomos do Poder Executivo, subordinados diretamente ao Prefeito:

I – a Procuradoria-Geral do Município – PGM;

II – a Controladoria-Geral do Município – CTGM.

3.2.5. A administração indireta constitui-se de entidades com personalidade jurídica, dotadas de autonomia administrativa, financeira e funcional, criadas ou autorizadas para fins definidos em leis específicas, nos termos da Lei Orgânica do Município. A administração indireta compreende:

I – as Fundações;

II – as autarquias;

III – as empresas públicas;

IV – as sociedades de economia mista;

V – demais entidades de direito privado, sob o controle direto ou indireto do Município.

3.2.6. As competências dos órgãos municipais estão previstas na referida lei.

3.3. Atuação da administração atual

3.3.1 A atual administração e Belo Horizonte está empenhada em criar programas e implementar ações que possam aumentar a autoestima da população de Belo Horizonte, que viveu dois anos difíceis com a pandemia.

O movimento Belo Horizonte + Feliz engloba ações em praticamente todas áreas, criando condições para que a população possa a frequentar parques, praças e outras instalações da Prefeitura e da iniciativa privada, movimentando a economia e trazendo novas cores para a cidade.

Em paralelo a essas ações, a Prefeitura está lançando um dos maiores pacotes de obras dos últimos anos, nas áreas de mobilidade e infraestrutura que somam investimentos de mais de

R$ 1 bilhão.

Tudo isso vem sendo feito sem deixar de ter como uma de suas prioridades programas e projetos de grande alcance social. São questões importantes a serem atacadas como a dos moradores em situação de rua, habitação popular, combate à fome e proteção para a população mais vulnerável.

3.3.1. Os principais projetos desenvolvidos pela Prefeitura de Belo Horizonte, que são também temas recorrentes de suas campanhas publicitárias, são aqueles identificados como Projetos Estratégicos e Transformadores, das respectivas Áreas de Resultado do Plano Plurianual de Ação Governamental - PPAG 2022-2025, como segue:

3.3.1.1. ÁREA DE RESULTADO: SEGURANÇA

1- Policiamento em áreas prioritárias e em unidades de atendimento à população

Melhoria de infraestrutura física e tecnológica da Guarda Civil Municipal. Ampliação da presença ostensiva da corporação no patrulhamento preventivo. Fortalecimento das ações de prevenção e ordem pública municipal.

2 - Prevenção da violência em áreas de vulnerabilidade social

Promoção e Proteção Social através de atendimento especializado a comunidades e jovens em risco social. Implantação e atuação de Redes de proteção social nos territórios priorizados. Ações de prevenção para a requalificação de espaços urbanos seguros e prevenção ao uso de drogas.

3 - COP-BH: Gestão integrada e inteligente de problemas públicos de Belo Horizonte

Planejamento e implantação de soluções de integração tecnológica, de processos operacionais e de uso da informação.

3.3.1.2. ÁREA DE RESULTADO: SAÚDE

1 - Ampliação do acesso e qualificação do cuidado e gestão em saúde

Redução das filas e do tempo para realização de cirurgias eletivas e de procedimentos ambulatoriais. Ampliação da qualidade e segurança assistencial na rede hospitalar e ambulatorial. Qualificação do acesso aos serviços de urgência e emergência e redução do tempo de atendimento nos serviços. Melhoria da infraestrutura de unidades de saúde.

2 - Fortalecimento da atenção primária em saúde

Ampliação do acesso à atenção à saúde por meio de redes integradas, com ênfase na atenção primária à saúde, priorizando o cuidado aos grupos mais vulneráveis.

Reestruturação das áreas de abrangência e da classificação de centros de saúde e revisão do Índice de Vulnerabilidade da Saúde. Implantação de rotas dos Agentes Comunitários de Saúde georreferenciada e em dispositivo móvel. Melhoria da infraestrutura de unidades de saúde.

3 - Aumento da eficiência operacional das ações de prevenção, controle de doenças e redução do risco sanitário

Implantação de metodologias para aumentar a eficiência do controle da dengue, zika e chikungunya. Reestruturação do processo de licenciamento e inspeção sanitária com base no risco. Adoção de estratégias intrasetoriais e intersetoriais para promoção à saúde, com o objetivo de reduzir a mortalidade prematura por acidentes ou doenças não transmissíveis e seus principais fatores de risco modificáveis. Implantação do Serviço de Verificação de Óbito.

4 - Tecnologia e informação para conectar e facilitar o uso dos serviços de saúde pelo cidadão e trabalhadores

Implantação da Solução Integrada de Gestão Hospitalar, Ambulatorial e de Regulação – SIGRAH (Prontuário Eletrônico Único do cidadão), abrangendo agendamento on-line e acesso a resultados de exames. Desenvolvimento de solução para melhoria do processo de trabalho dos Agentes Comunitários de Saúde, Agentes de Combate a Endemias e Serviço de Atenção Domiciliar e qualificação do cadastro de domicílio/família, utilizando dispositivos móveis nos atendimentos domiciliares. Implantação do sistema de Gestão do SAMU com o acompanhamento de chamada. Implantação do sistema de Regulação (SGR) integrado com os sistemas de gestão da SMSA. Implantação da solução de PACS para transmissão e armazenamento de imagens integrado ao prontuário eletrônico único do usuário SUS-BH e aos sistemas de gestão das unidades de saúde da SMSA. Implantação da consulta on-line (tele saúde).

3.3.1.3. ÁREA DE RESULTADO: SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

1 - Ampliação e qualificação do serviço de limpeza urbana

Ampliação e qualificação dos serviços de limpeza urbana em áreas precárias. Qualificação do serviço de coleta com a ampliação da coleta seletiva porta a porta, atendendo mais bairros, e ampliação da coleta seletiva ponto a ponto com a implantação de mais locais de entrega voluntária (Pontos Verdes). Redução das deposições clandestinas, com qualificação de URPV's. Realização de ações de

mobilização e comunicação com a população, por meio da atuação do Centro de Educação Ambiental e atuação de equipes de mobilização. Operacionalização e Modernização da Limpeza Pública.

2 - Modernização do licenciamento ambiental

Padronização de condicionantes e formulários do Licenciamento Ambiental. Oferta de capacitação para os requerentes do serviço.

3 - Bem Estar e Saúde Animal

Realização de diagnósticos da Fauna Urbana. Realização de Fórum Ambiental de Defesa Animal. Implementação da Lei 10.119/11 – Regulamentação da atividade de carroça.

4 - BH Cidade Sustentável

Ações de sustentabilidade e enfrentamento às mudanças climáticas, dentre as quais a elaboração e publicação do Plano Municipal de Ação Climática de BH. Realização de ações de preservação e revitalização do verde municipal. Fomento à educação ambiental e empregos verdes. Elaboração do mapeamento dos níveis de pressão sonora de Belo Horizonte.

5 - Gestão de Águas Urbanas: Gestão Ambiental

Melhoria da qualidade de vida da população garantida por condições sanitárias adequadas; Redução das ocorrências de inundações, com a consequente diminuição dos riscos à população, bem como dos gastos públicos e particulares com ações de socorro e reparação de danos; Melhoria da qualidade das águas, como consequência da expansão do sistema de esgotamento sanitário; Garantia da gestão pública integrada dos serviços de saneamento, com estrutura técnica, administrativa e operacional capaz de assegurar a boa gestão, a eficiente prestação dos serviços, o cumprimento da legislação e a eficácia das ações de saneamento. Realização de obras de macrodrenagem nas principais bacias hidrográficas da cidade. Realização de obras de controle de cheias em bacias hidrográficas.

6 - Melhoria da infraestrutura e equipamentos das unidades administradas pela FPMZB, com ênfase na acessibilidade e videomonitoramento

Aprimoramento das condições de manutenção dos parques abertos ao público e da infraestrutura e serviços através de parcerias com entes privados. Modernização do relacionamento com o usuário das unidades da FPMZB. Ampliação do programa de prevenção e combate aos incêndios florestais. Aprimoramento da infraestrutura relacionada ao bem-estar animal no Jardim Zoológico.

7 - Melhoria das condições ambientais das unidades administradas pela FPMZB, com ênfase em educação ambiental, conservação da biodiversidade e soluções baseadas na natureza

Escopo: Realização de intervenções de melhoria e recuperação da qualidade ambiental nas unidades administradas pela FPMZB. Elaboração de planos de manejo específicos para parques urbanos municipais. Ações de educação ambiental em interface com as temáticas estratégicas da FPMZB.

3.3.1.4. ÁREA DE RESULTADO: MOBILIDADE URBANA

1 - Qualidade do Transporte Coletivo: Um Direito de Todos

Implantação de um conjunto de ações para priorização e melhoria do transporte coletivo que garanta a regularidade, pontualidade e integração. O conjunto de ações contempla a implantação de faixas exclusivas e preferenciais, a implantação do corredor Amazonas e a elaboração de estudo da revisão da Rede de Transporte.

2 - BH Inclusiva, Segura e Cidadã

Desenvolvimento e implantação de um conjunto de ações que visam reduzir a taxa de mortalidade por acidentes de trânsito, ampliar os modos ativos e fortalecer a participação popular no acompanhamento da mobilidade urbana. Ampliação do projeto PedalaBH com foco na ampliação das ciclovias disponíveis e implantação de bicicletários. Fortalecimento da modalidade de transporte a pé com foco na implantação de zonas 30. Implantação de tratamento de segurança no entorno de escolas. Implantação da funcionalidade de denúncia de importunação sexual em aplicativos de mobilidade, criação de aplicativo para uso de Pessoa com Deficiência, implantação de sinais de pedestre com sonorização em travessias. Implantação de Projeto Piloto de tratamento das calçadas.

3 - Modernização tecnológica

Implantação de um conjunto de ações para aprimorar a operação, a fiscalização e as informações da incluindo a implantação do projeto piloto do transporte sob demanda e a revisão do contrato de concessão.

4 – Implantação e melhoria de infraestrutura de mobilidade urbana

Escopo: Realização de projetos e obras viárias, suprimindo carências do sistema vigente, criando ligações perimetrais e transversais e melhorando a acessibilidade; implantação de tratamento preferencial e fortalecimento do transporte coletivo; pavimentação de vilas.

3.3.1.5. ÁREA DE RESULTADO: HABITAÇÃO, URBANIZAÇÃO, REGULAÇÃO E AMBIENTE URBANO

1 - Regularização fundiária e urbanização em áreas de interesse social

Promoção da regularização fundiária em vilas e favelas. Promoção da regularização fundiária de conjuntos habitacionais produzidos pelo poder público. Regularização de loteamentos irregulares de interesse social e promoção da demarcação urbanística, quando possível. Elaboração de planos urbanísticos, projetos e execução de obras de melhorias urbanas nas áreas de interesse social. Realização de ações estratégicas na região da Izidora.

2 - Gestão e redução do risco geológico em assentamentos de interesse social

Realização de ações que promovam redução do risco geológico em assentamentos de interesse social. Manutenção em obras de estabilização e infraestrutura já implantadas em áreas de vilas e favelas.

3 - Provisão habitacional no município

Apoio à construção de unidades habitacionais (UH) destinadas a famílias com renda de 0 a 3 salários mínimos. Implantação de programas alternativos para provisão habitacional, como o Programa de Locação Social, Programa de Compra Compartilhada, Produção Habitacional Pública, Programa de Assistência e Assessoria Técnica e Programa de Bolsa Moradia, como Abrigamento Temporário. Captação de recursos para produção de moradias.

4 - Simplificação e modernização dos serviços de licenciamento urbano para melhoria da gestão pública

Informatização dos serviços de licenciamento urbano através de adequações e novas implantações no Sistema de Administração Tributária e Urbana - SIATU. Realização de Força-Tarefa para Empreendimentos de relevante potencial Econômico e Social.

5 - Regularização urbanística de assentamentos informais de interesse social

Realização de ações estratégicas para a Região da Izidora e desenvolvimento de projetos de urbanização para assentamentos precários.

6 - Melhoria do ambiente urbano

Inclusão Produtiva de Ambulantes. Ações de fiscalização e redução de deposições clandestinas de resíduos sólidos. Contratação e acompanhamento do Plano de Estruturação da Região do Jatobá. Destinação de terrenos públicos por meio de convênio urbanístico. Modernização de mobiliário urbano, para ampliação das

possibilidades de uso do logradouro. Criação do Programa de qualificação de espaços públicos em centralidades. Desenvolvimento de projetos de Intervenção Urbana para área de Centralidades.

3.3.1.6. ÁREA DE RESULTADO: EDUCAÇÃO

1 - Ampliação do Programa APPIA - Um Olhar para a Infância

Ampliação do atendimento de creche e pré-escola, através de adequações e ampliação da rede física, novas parcerias e construção de novas EMEIs, visando a universalização gradativa do acesso à educação infantil. Ampliação do número de escolas que oferecem, concomitantemente, atendimento à educação infantil e ao ensino fundamental. Ampliação do atendimento em tempo integral para crianças de 3 a 8 anos. Implementação de um sistema de acompanhamento das habilidades de alfabetização e letramento das crianças de 4 a 8 anos.

2 - Implantação do Programa APPIA – Horizontes da Adolescência

Implementação do uso de metodologias ativas e participativas pelos professores da RME; monitoramento da aprendizagem dos estudantes de 4º ao 9º ano; implantação do programa mais aprendizagem e reforço escolar; elaboração, implantação e acompanhamento de projetos e práticas pedagógicas, visando estabelecer estratégias que potencializem e melhorem o alcance das metas propostas nas diversas avaliações externas e consolidação da busca ativa nas escolas da rede própria.

3 - Promoção de Políticas de Educação Inclusiva

Expansão do serviço de atendimento educacional especializado (AEE); ampliação do acesso à tecnologia assistiva; ampliação do atendimento intersetorial aos jovens e adultos com deficiência; promoção do acesso à LIBRAS; ampliação do acesso da comunidade escolar à literatura afro-brasileira (indígena e africana).

4 - Implantação do Programa APPIA – Consolidando Projetos de Vida

Fomento de cursos profissionalizantes, apresentando alternativa de qualificação para o trabalho concomitante aos estudos na EJA; implantação de projeto de Geração de Emprego e Renda para os(as) estudantes da EJA; fomento de orientações e formações pedagógicas (em parceria com o CAPE) balizadas nas proposições curriculares da EJA para aprimoramento do trabalho docente em parceria com a FAE/UFMG; ampliação do número de estudantes certificados(as) no processo de alfabetização e certificação; implantação de matrizes de habilidades essenciais e banco de itens para avaliações

5 - Melhoria da Convivência e da Segurança no Ambiente Escolar

Implantação do plano de convivência escolar nas escolas municipais de Ensino Fundamental e Educação Infantil; implementação de câmaras de práticas restaurativas; implantação de ações de patrulhamento através da criação da Patrulha Preventiva Orientada; capacitação de profissionais da educação para o enfrentamento ao Trabalho Infantil.

6 - Educação Integral, Cidadã e de Qualidade Social

Execução de Projetos de Protagonismo Estudantil para a Formação da Cidadania; utilização de clubes por alunos da RME, no âmbito do Programa Esporte para Todos; promoção do ensino de programação de computadores a alunos e professores da RME BH; investimento contínuo nas bibliotecas escolares; desenvolvimento de ações do Programa EcoEscola BH; ampliação de ofertas de cursos de idiomas através do Programa Falando com o Mundo e ações de estímulo ao esporte escolar.

7 - Desenvolvimento Profissional e Formação Continuada dos Profissionais da Educação

Detectar a demanda por formação e traduzi-la em oferta de cursos e atividades formativas para os profissionais da educação, em parceria com diversas instituições; realização de eventos que valorizem e celebrem a educação e a prática docente, como a Semana da Educação e o Congresso de Boas Práticas; implantação e consolidação de um Sistema de Mapeamento Socioeducacional.

8 - Ampliação do atendimento em tempo integral

Ampliação de vagas através de aluguel ou readequação dos espaços físicos, contratação de monitores e estagiários, novas parcerias com instituições e outros órgãos da administração; contratação de instituições da Sociedade Civil, de forma a mapear as possibilidades de oferta e abertura de novas vagas de tempo Integral nas escolas da Rede Municipal de Educação.

3.3.1.7. ÁREA DE RESULTADO: CULTURA

1 - Política de Patrimônio e Memória Cultural

I) Inserção no SIATU dos serviços de análise de projetos prestados pela DPCA que possuem interface com a SUREG; II) Revisão dos fluxos e simplificação dos procedimentos necessários para a prestação dos serviços da DPCA; III) Revisão das diretrizes de proteção do patrimônio para a área central e compatibilização com a legislação urbanística vigente; IV) Revisão completa de processos de tombamento de conjuntos urbanos, e a respectiva elaboração dos dossiês de tombamento.

2 - Fortalecimento da Cultura e do Turismo na Pampulha

Estabelecimento de diretrizes, metas, estratégias e um plano de ações voltado para a Lagoa da Pampulha e Conjunto Moderno da Pampulha nas seguintes frentes: I) Infraestrutura; II) Gestão estratégica e uso da Orla; III) Educação patrimonial; e IV) Promoção e Difusão. Tais frentes visam proporcionar a adequada manutenção do patrimônio histórico tombado, qualidade ambiental na bacia hidrográfica, melhores serviços e experiências aos usuários e turistas, melhor divulgação do Conjunto Moderno da Pampulha, enquanto Patrimônio Mundial, na categoria de Paisagem Cultural.

3 - Belo Horizonte Film Commission

I) a implementação de um Plano de Comunicação, centralizado na criação de um Hotsite da Belo Horizonte Film Commission dentro do Portal Belo Horizonte; II) a implantação de uma Tabela de Descontos Progressivos sobre os preços públicos de uso e outorga das áreas públicas municipais, descontos estes auferidos de acordo com o caráter e o intuito da Produção Audiovisual; III) a implantação do Comitê Gestor da Política de Filmagens e Gravações do Município, com atribuição planejar, desenvolver, acompanhar e qualificar os procedimentos relativos às filmagens no Município, promovendo a integração entre os diversos órgãos e entidades envolvidos nessa política.

3.3.1.8. ÁREA DE RESULTADO: PROTEÇÃO SOCIAL, SEGURANÇA ALIMENTAR E ESPORTES

1 - SUAS BH Protege

Descentralização do CadÚnico em 8 (oito) CRAS, alcançando 100% das Unidades e, em 3 (três) Centros Pop Rua.

2 - Fortalecimento de Políticas Públicas de Direitos de Cidadania

Implantação do Sistema de atendimento de violações de direitos humanos. Implantação da Casa da Mulher Brasileira. Ampliação da Oferta da Acessibilidade na PBH. Implantação de Unidade de acolhimento institucional para população LGBT. Implantação do Programa de enfrentamento ao trabalho infantil e proteção ao adolescente trabalhador. Regulamentação e implantação do Programa Municipal de Oportunidade e Inclusão para Jovem Aprendiz, Pessoa com Deficiência ou Reabilitado Aprendiz.

3 - Fortalecimento da Política de Segurança Alimentar e da Agroecologia

Implantação de novos Sistemas Agroecológicos Coletivos e Comunitários. Implantação da formação em agroecologia por meio de Trilhas de Agroecologia. Assistência alimentar prestada pelos Restaurantes populares ampliada e descentralizada com o preparo e a entrega de refeições em 1 território de alta vulnerabilidade social. Estruturação da assistência alimentar às famílias em situação de extrema pobreza por meio do Programa de Assistência Alimentar e Nutricional Emergencial (PAAN). Reforma do Depósito Central.

4 - Democratização do Esporte e do Lazer

Ampliação do Programa Várzea Viva, voltado para a melhoria dos campos de várzea. Ampliação do Programa Polos Esportivos, com oferta de atividades físicas e esportivas para diversos públicos em centros esportivos requalificados. Ampliação do Programa BH é da Gente, promovendo o lazer ativo em mais vias públicas aos domingos.

3.3.1.9. ÁREA DE RESULTADO: ATENDIMENTO AO CIDADÃO E MELHORIA DA GESTÃO PÚBLICA

1 - Modernização da transparência, automação dos processos de auditoria e fomento à integridade e ao controle social

Reestruturação dos conteúdos de Transparência no Portal da PBH; implantação e acompanhamento das informações do banco de dados no Portal de forma eletrônica; desenvolvimento e implantação do Sistema de Auditoria Integrada; construção e automatização das Trilhas de Auditoria; implantação do Projeto Aluno Auditor; implantação do plano municipal de integridade

2 - Aprimoramento do relacionamento entre cidadão e Prefeitura

Ampliação da oferta de serviços 100% digitais; desenvolvimento de novas formas de Relacionamento com o Cidadão; ampliação da conectividade da PBH e acesso gratuito à internet em áreas de vulnerabilidade social.

3 - Modernização e automação de processos internos da PBH

Implantação de Sistema Integrado de Gestão para as áreas administrativa, de gestão orçamentária e financeira; implementação da tramitação de documentos e processos digitais em todos os órgãos da PBH, por meio da solução BH Digital; redesenhar, automatizar e simplificar processos críticos da PBH e capacitar servidores para viabilizar a modernização administrativa da Prefeitura; implantação de ações que possibilitem a melhoria do ambiente de negócios, com a disponibilização de consulta prévia integrada, fornecendo online as regras relacionadas ao funcionamento de

empreendimentos, e a emissão de Documento Único de Licenciamento Municipal, contendo todas as informações necessárias e condicionantes; capacitação de servidores e uso da estrutura de Business Intelligence disponível na PBH, sempre com foco em respostas eficientes para a resolução de problemas da cidade.

4 - Gestão estratégica de pessoas e valorização do servidor e do segurado

Implantação de um novo modelo de Gestão de Pessoas; implantação do Programa Bem MelhoRH; redução do prazo de concessão dos benefícios de aposentadoria; realização de dimensionamento da força de trabalho; implantação do serviço de simulação de aposentadoria; disponibilização via app e portal de atendimento dos serviços de solicitação de pensão por morte, emissão/entrega de certidão de tempo de contribuição e averbação de tempo de contribuição; implantação do Regime de Previdência Complementar para os servidores públicos; certificação do Regime Próprio de Previdência Municipal no programa federal de melhores práticas de gestão Pró-Gestão.

5. Modernização dos processos de gestão da receita tributária

Modernização dos sistemas e procedimentos de Auditoria/Fiscalização tributária. Modernização da Gestão dos Créditos Devidos e dos Processos de Cobrança. Simplificação e aumento da disponibilidade de serviços na web, por meio de processos eletrônicos e automatização de rotinas de atendimento. Implantação da Declaração eletrônica de imunidade. Alteração da lei tributária para adequação à qualificação de risco sanitário tratada pela Vigilância Sanitária. Automatização do preenchimento de formulários oficiais para sua abertura de serviços Subsecretaria de Receita Municipal. Unificação do ambiente de emissão de guias nos portais da SMFA e PBH.

3.3.1.10. ÁREA DE RESULTADO: DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO

1 - Belo Horizonte Surpreendente

Plano de Incentivo a realização de evento; Fomentar e incorporar processos de inovação; Disseminar o posicionamento junto aos mercados; Desenvolver produtos e territórios de vocação turística; Otimização dos processos e fortalecimento institucional

2 - Atração de investimentos e fomento ao setor da tecnologia da informação

Incentivo ao desenvolvimento do setor de TIC e fortalecimento de empresas locais de TI. Aceleração e incubação de startups. Promoção nacional e internacional de BH para atração de eventos e investimentos. Prospecção e desenvolvimento de soluções

inovadoras para Smart Cities por meio do Laboratório Aberto.

3. Fomento ao empreendedorismo, à economia criativa e solidária

Atendimento, orientação e capacitação de micro e pequenos empreendedores por meio da Sala Mineira do Empreendedor. Promoção da Cultura Empreendedora. Apoio e fortalecimento da indústria criativa e de territórios com vocação criativa e potencial econômico e turístico, por meio do Programa Horizonte Criativo. Realização do Mood – Festival de Moda de Belo Horizonte. Inclusão 51/1054 produtiva de pessoas em situação de vulnerabilidade. Fomento ao desenvolvimento econômico de territórios vulneráveis. Oferta de cursos de capacitação para o empreendedorismo digital.

4. Qualificação, Profissionalização e Emprego

Oferta de cursos profissionalizantes; atendimento para capacitação profissional; treinamento e acesso ao mercado de trabalho; ações de inclusão produtiva para pessoas com deficiência e em situação de rua; fomento à Economia Popular Solidária.

5. Relações Internacionais de Belo Horizonte

Fomento ao aprendizado de línguas estrangeiras. Implementação de marcos globais de desenvolvimento. Programa de voluntariado internacional. Gestão de vínculos multilaterais com redes e associações de governos subnacionais. Parcerias bilaterais e multilaterais internacionais para a execução de acordos de cooperação técnica e financeira. Monitoramento de oportunidades internacionais. Relacionamento com a Rede Internacional de Cidades Criativas da UNESCO e promoção do título de Belo Horizonte como cidade criativa da gastronomia.

3.4. Pesquisas e outras informações

3.4.1. www.pbh.gov.br

3.4.2. http://portalbelohorizonte.com.br/

3.4.3. https://www.facebook.com/prefeiturabh

3.4.4. https://www.instagram.com/prefeiturabh/

3.4.5. https://www.youtube.com/user/videospbh

3.5. Princípios da gestão da política de comunicação do Município

3.5.1. A gestão da política municipal de comunicação social constitui-se do planejamento, definiçãoe utilização dos instrumentos e canais de comunicação contemporâneos com vistas a assegurara circulação e o acesso a informações qualificadas, de interesse público, sobre o Poder Executivo e o Município. A política de comunicação desenvolvida pela Secretaria Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social – SMAICS com a sociedade respeita os princípios da liberdade de expressão e da liberdade de imprensa. A atuação da

SMAICS é pautada pelo respeito à diversidade social, cultural, etária, religiosa e étnica da população.

A SMAICS valoriza a publicidade de todos os atos do governo como estratégia para informar o cidadão sobre cotidiano da cidade, a implementação e desenvolvimento de políticas públicas e agestão do espaço urbano. Sua política de comunicação também estimula valores como a boa convivência urbana, o respeito ao patrimônio público e ao meio ambiente.

3.6. Escopo do trabalho de comunicação a ser empreendido

3.6.1. Acesso à informação e ao conhecimento são fundamentais para consolidação de uma sociedade pautada pela equidade e pela promoção de oportunidades para todos. Logo, objetiva- se, por intermédio de ações de comunicação social, oferecer à população informações e dados cada vez mais relevantes e tempestivos sobre o papel do Poder Executivo municipal e sua relação com o cotidiano da cidade.

Para consolidar esse objetivo, a SMAICS empenha esforços para que a publicidade e a transparência dos atos do poder público municipal não se restrinjam à publicação em meios formalmente burocráticos (que consolidam os ritos legislativos, mas que, pelo seu alto grau de complexidade, muitas vezes, se tornam inacessíveis ou de difícil compreensão à grande parte da população). Por meio de um trabalho estratégico de comunicação, a Prefeitura busca ampliar seu contato com a população, mantendo-a informada, de maneira clara e objetiva, sobre assuntos pertinentes à municipalidade, com observância, evidentemente, dos cuidados em face de limites que o direito apresenta.

Nesse sentido, a política de comunicação social da Prefeitura de Belo Horizonte está em constante processo de revisão e inovação de seus formatos e linguagens, levando em conta, em primeiro lugar, o interesse público e contribuindo para que, por meio de todas essas ferramentase instrumentos, os cidadãos sejam bem informados sobre as ações e os serviços prestados pela Prefeitura.

Essa comunicação será direcionada ao estrito interesse da sociedade. Sua forma deverá adotar critérios que privilegiem a clareza e a objetividade das mensagens. Todas as campanhas e ações a serem empreendidas divulgarão ações de governo e informações de utilidade e interesse público, visando facilitar e melhorar a vivência coletiva na cidade de Belo Horizonte.

Todos os recursos disponíveis no campo da publicidade deverão ser utilizados, conforme demanda, de forma otimizada para garantir a divulgação institucional dos conteúdos definidos em todas as mídias e de todas as formas possíveis (rádio, televisão, jornais, mobiliário urbano, mídias disponíveis em transporte público, portais, sites, redes sociais, revistas, manuais, cartilhas, material educativo, folheterias diversas, novas mídias eletrônicas, dentre outros).

Os conteúdos a serem definidos pela SMAICS, objeto de cada campanha e cada peça publicitária, serão pautados em consonância com os Projetos Estratégicos e Projetos Transformadores apresentados no Plano Plurianual de Ação Governamental - PPAG 2022-2025, no qual foram definidas dez Áreas de Resultado que explicitam os objetivos estratégicos dos vários campos de atuação da Prefeitura eque agrupam os programas, projetos e ações municipais. As Áreas de Resultado, que estão sob a égide dos compromissos da gestão são:

A. Saúde

B. Educação

C. Proteção Social, Segurança Alimentar e Esportes

D. Cultura

E. Segurança

F. Desenvolvimento Econômico e Turismo

G. Mobilidade Urbana

H. Sustentabilidade Ambiental

I. Habitação, Urbanização, Regulação e Ambiente Urbano

J. Atendimento ao Cidadão e Melhoria da Gestão Pública

3.6.2. Principais esforços anteriores de comunicação – Principais temas das campanhas publicitárias executadas no período de 2020-2022

IPTU – Campanha para informar sobre a obrigatoriedade, descontos e prazos para pagamentodo Imposto Predial Territorial Urbano – IPTU. A campanha aborda também a correta gestão dos recursos públicos e sua destinação em ações, obras, programas e políticas públicas do município.

EDUCAÇÃO – Campanha que trata da política municipal para a educação infantil, o ensino fundamental e a educação de jovens e adultos, apresentado os serviços disponíveis para os munícipes, nos mais de 500 estabelecimentos que compõem a Rede Municipal de Educação.

PRESTAÇÃO DE CONTAS – Campanha que faz um balanço da performance da Prefeitura e apresenta à população as principais ações realizadas em suas diversas áreas de atuação: saúde, educação, obras, segurança, manutenção urbana etc.

OBRAS – Campanha que tem por objetivo informar à população sobre o andamento das ações de manutenção e das obras da Prefeitura, em especial as de mobilidade, gestão hídrica, urbanização de vilas e favelas, iluminação e segurança pública.

CANAIS DE ATENDIMENTO – Campanha que informa os principais canais de atendimento da Prefeitura. Ela mostra que falar com a Prefeitura é fácil e rápido e que o cidadão dispõe de canais digitais, telefônicos e presenciais para esclarecer dúvidas, fazer reclamações e solicitar

serviços.

SAÚDE – As campanhas de saúde informam sobre as ampliações e as novas unidades abertas para a população, bem como os serviços disponíveis no sistema de saúde municipal e a sua melhor forma de utilização. Também são apresentadas as ações que visam garantir os recursos materiais e humanos adequados para a correta prestação dos serviços.

CEROL E LINHA CHILENA – Campanha educativa sobre a proibição do uso de cerol e de linha chilena para soltar papagaios. Mostra que usá-los é considerado crime, e convoca toda a população a colaborar com o poder público, disponibilizando canal de comunicação para denúncias.

LIMPEZA URBANA – Campanha cujo objetivo é mostrar os recursos humanos, materiais e técnicos que são disponibilizados pela Prefeitura para manter a cidade limpa e destinar adequadamente os resíduos urbanos. A Campanha também destaca a importância e a responsabilidade de todos os cidadãos no processo de manutenção da limpeza da cidade.

VACINAÇÃO SARAMPO / POLIOMIELITE / GRIPE / COVID-19 – Campanhas que esclarecem a importância de vacinar crianças contra o sarampo e a poliomielite e a importância da população como um todo, se vacinar contra gripe e covid-19. Ela informa os períodos e em quais equipamentos públicos municipais de saúde as vacinas estão disponíveis.

PREVENÇÃO DE INUNDAÇÕES E DE ACIDENTES EM CASO DE CHUVAS FORTES – A campanha mostra que, embora a Prefeitura invista continuamente em obras e na limpeza de córregos, galerias e bocas de lobo, a cidade enfrenta alagamentos nos períodos de chuvas fortes
- muitas vezes causados pela disposição inadequada de lixo - que podem causar acidentes. Ela alerta sobre a importância de todos colaborarem, descartando corretamente seus resíduos e informa sobre os procedimentos em caso de chuvas fortes e alagamentos.

BELO HORIZONTE SURPREENDENTE – Campanha com o objetivo de divulgar Belo Horizonte como uma cidade pulsante, cosmopolita, urbana, moderna e inovadora que se consolida como um importante destino turístico para quem mora fora e também como uma cidade que possui muitos motivos pelos quais seus moradores podem se orgulhar. A campanha destaca os seguintes aspectos: moda, design, esportes, lazer, gastronomia, negócios, tecnologia inovação, arte e cultura, e divulga a programação de eventos na cidade.

ARRAIAL DE BELO HORIZONTE – A campanha divulga o tradicional Arraial de Belo Horizonte, um dos principais festejos juninos do país. Ela mostra as principais atrações artísticas, informa sobre os concursos de quadrilhas e convida toda a população a participar do evento e experimentar a gastronomia típica.

CARNAVAL – As campanhas de carnaval, além de apresentar as principais informações sobre

a programação na cidade, divulgam mensagens educativas sobre aspectos variados que buscam desde garantir a segurança dos foliões e o respeito ao patrimônio público, até combater a exploração do trabalho infantil, o assédio, o preconceito e a violência.

GENTILEZA E RESPEITO NO TRÂNSITO – Campanha educativa cujo objetivo é incentivara reflexão e a adoção de comportamentos mais responsáveis no trânsito em motoristas, pedestres, ciclistas e motociclistas.

OPERAÇÃO VIDA NO TRÂNSITO – Campanha educativa que mostra os riscos da imprudência no trânsito, principalmente para pedestres e motociclistas. Ela informa o número de acidentes por ano na cidade e alerta a população sobre a necessidade de mudança de comportamento.

ROTATIVO DIGITAL – Campanha sobre a mudança do sistema de estacionamento rotativo que era feito através de talão. Ela informa sobre o novo sistema digital e ensina como usá-lo, além de mostrar os avanços e benefícios do novo sistema para os motoristas.

FESTIVAIS E ATIVIDADES DA ÁREA CULTURAL (FIQ - Festival Internacional de Quadrinhos, FIT - Festival Internacional de Teatro, FAN - Festival de Arte Negra, Virada Cultural, Descontorno Cultural, Noturno nos Museus etc) – As campanhas das ações e eventos realizados na área cultural tem por objetivos informar as respectivas programações e convidar a população para participar das atividades oferecidas.

AUXÍLIO BELO HORIZONTE - Campanha para informar e divulgar o Auxílio criado para apoiar as famílias mais vulneráveis em função da pandemia de covid-19. O benefício foi instituído pela Lei 11.314/2021, aprovada pela Câmara Municipal de Belo Horizonte.

COVID - Campanhas com o objetivo de informar e divulgar para a população as principais ações da Prefeitura no combate à covid-19. As campanhas também trazem importantes orientações aos cidadãos sobre como proceder para diminuir o risco de contágio, adotando procedimentos tais como lavar as mãos e usar máscara.

CIDADE CRIATIVA DA GASTRONOMIA - Campanha para informar e divulgar o reconhecimento de Belo Horizonte como Cidade Criativa da Gastronomia, concedido pela UNESCO. O reconhecimento contribuiu para o fomento ao turismo, importante vetor de fortalecimento da economia, com possibilidade de geração de emprego e renda para a população.

BH MAIS FELIZ - Campanha para informar e divulgar o conjunto das ações da Prefeitura de Belo Horizonte nas áreas da saúde, educação, social etc. A campanha reforça o posicionamento de que uma cidade mais bem cuidada, com mais saúde, mais cultura, mais obras e etc, é uma cidade mais feliz.

PBH INFORMAÇÕES E SERVIÇOS - Campanha para divulgar informações variadas sobre os

diversos serviços prestados pela Prefeitura de Belo Horizonte.

PBH SERVIÇOS DIGITAIS - Campanha para divulgar como acessar digitalmente os diversos serviços prestados pela Prefeitura.

CANAIS DE ATENDIMENTO - Campanha para informar e divulgar os diversos canais de atendimento que podem ser utilizados pelo cidadão para acessar os serviços e políticas públicas da Prefeitura de Belo Horizonte.

ANIVERSÁRIO DE BELO HORIZONTE - Campanha para informar e divulgar as ações mais importantes da Prefeitura e os avanços alcançados nas suas diversas áreas de atuação, e divulgar a programação de comemoração do aniversário da cidade.

INCLUSÃO DIGITAL - Campanha para informar e divulgar o Programa Vila Mais Conectada que leva internet gratuita e com qualidade para vilas, favelas e conjuntos habitacionais da cidade.

3.7. Públicos

3.7.1. O público prioritário das campanhas e ações publicitárias a serem empreendidas é a população de Belo Horizonte.

3.7.2. São também públicos a serem alcançados por campanhas e ações publicitárias específicas, os que se constituírem de interesse da Administração Municipal pelo potencial que representam para o desenvolvimento do Município, seja por aspectos econômicos, culturais, turísticos ou sociais, além de entidades de classe, meio político, em especial os integrantes da Câmara Municipal de Belo Horizonte, poder judiciário e outras associação representativas de segmentos diversos da sociedade.

3.8. Período

3.8.1. Os períodos e datas de realização das campanhas e peças publicitárias serão definidos de acordo com a necessidade da Administração Municipal e em consonância com o andamento dasações governamentais, durante a vigência dos contratos a serem firmados entre CONTRATANTES e CONTRATADAS.

3.9. Briefing

Para efeito de avaliação, os licitantes deverão apresentar uma campanha simulada, dentro do tema “BH Mais Feliz”, no qual Belo Horizonte deverá ser apresentada como uma cidade moderna, conectada, segura, importante centro cultural e turístico, e reconhecida pela excelência em seus serviços. A campanha deve responder o desafio da Prefeitura de Belo Horizonte em se fazer ser percebida pela população, pelo poder legislativo e pelas entidades de classe, pelos investimentos realizados nas áreas de obras de infraestrutura, mobilidade urbana, saúde, educação, inclusão digital e programas de alcance social, principalmente para as camadas mais vulneráveis da população.

Informações institucionais

Belo Horizonte foi fundada há 125 anos e possui 2,8 milhões de habitantes espalhados numa área de 331,4 km², com elevação de 852 metros.

Pesquisa quantitativa, realizada em maio de 2022, pelo Instituto Doxa, mostra que, em geral, 89% da população de Belo Horizonte avaliam os serviços oferecidos pela Prefeitura com Ótimo/Bom (37%) e 52% regular. Apenas 10% avaliaram os serviços como péssimos.

O morador da Capital mineira avalia muito bem itens como atendimento nos centros de saúde, educação, programa sociais, conservação de ruas, avenidas, praça e parques, e obras de contenção0 de encostas e de enchentes.

No lado negativo, a População avalia mal a saúde, em particular pelo tempo de espera para os atendimentos, e a mobilidade urbana.

Belo Horizonte foi uma das Capitais do Brasil com maior êxito na aplicação de medidas de combate à Covid 19. A forma de a Prefeitura atuar no sentido de estabelecer regras rígidas fez com que a Capital se tornasse referência mundial no combate à Covid. Entretanto, a PBH enfrentou problemas com uma pequena parte da população que se posicionou contra o fechamento de bares, restaurantes e a proibição de eventos, utilização de espaços públicos e outros.

Essa posição contrária se estabeleceu principalmente por parte dos representantes do comércio, mas houve apoio da população às medidas de restrições impostas.

Com o controle da Covid, a proposta da PBH em andamento é retribuir o esforço da população na época de fortes restrições, com a abertura da cidade para movimentos culturais, de lazer e esporte, em todas as 9 regiões.

A Prefeitura tem proposto medidas e incentivada a retomada das atividades de cultura e lazer na cidade, assim como da economia formal e informal que cercam esses eventos, flexibilizando regras e incentivando o trabalho de pequenos empreendedores.

Mais de 100 praças estão sendo reformadas ou revitalizadas com o objetivo da população, principalmente da periferia, possam ocupa-las com atividades de culturais, lazer, artesanato e outros tipos de manifestações.

O lema adotado é ter “uma Belo Horizonte + feliz”.

O movimento de uma Belo Horizonte + Feliz, no entanto, vai muito mais além da alegria de poder sair de casa, frequentar eventos em locais fechados, não usar máscara ou outros protocolos. No entendimento da Prefeitura, um conjunto de ações e serviços oferecidos pelo município tornam o morador e a cidade mais alegre e feliz.

Ou seja, questões como saúde, educação, segurança, infraestrutura, limpeza urbana,

mobilidade, preocupação com os moradores mais carentes, como medidas de contenção de deslizamentos em encostas, enchentes, programas sociais e outros podem formar um conjunto de ações, para o aumento da percepção positiva do cidadão e melhoria da imagem da Prefeitura.

A pesquisa mostra que a parte da população que conhece os serviços, ações e políticas para o município, avalia bem a Prefeitura. No entanto há necessidade de uma comunicação mais assertiva e estratégica para que os moradores possam ter uma empatia maior com a Prefeitura.

É importante ressaltar que, durante a Pandemia, a comunicação da Prefeitura esteve voltada para o combate à Covid. Agora, com volta da normalidade, há necessidade de esclarecer para moradores o investimento e o esforço da Prefeitura do leque de programas e ações oferecidos pelo município para os seus moradores.

Programas:

1 - Obras: contenção de encostas/prevenção de enchentes

A cidade de Belo Horizonte cresceu de forma desordenada. Uma boa parte dos moradores da cidade vive em regiões cercadas por morros e encostas. Habitações foram construídas nesses locais impróprios e com grande risco de deslizamentos e desabamentos com sérios prejuízos para a vida humana.

As chuvas ocorridas em 2020 na cidade agravaram e trouxeram à tona o desafio de proteger os moradores dessas localidades. Neste ano, após um detalhado programa de identificação dessas áreas de risco, a Prefeitura lançou um programa de investimentos de R$ 120 milhões para a realização de 200 obras de contenção, sendo que 75 já foram concluídas.

Para a realização dessas obras, algumas famílias foram removidas definitivamente e outras temporariamente. Locais foram revitalizados e ganharam praças e áreas de lazer.

Para a prevenção de enchentes duas grandes obras são destaque, Implantação das áreas de contenção do Vilarinho, em Venda Nova.

- As obras na Vilarinho foram iniciadas em abril de 2021 com serviços de otimização do sistema de macrodrenagem dos córregos Vilarinho, Nado e Ribeirão Isidoro para a implantação de dois reservatórios profundos - Vilarinho 2 e Nado 1 - e mitigação das inundações recorrentes na av. Vilarinho e rua Dr. Álvaro Camargos. O investimento R$ 124, 6 milhões. Previsão de conclusão 1ºsemestre 2024.Esgotamento Sanitário no Córrego Marimbondo (Complemento de Nado): Instalação de esgotamento de Sanitário no Bairro Santa Mônica. Em execução. Valor: R14 milhões, iniciado em julho de 2022. Previsão de término 2º semestre de 2023.

Av. Tereza Cristina: Bacia B5 (Córrego Ferrugem) Implantação da nova bacia (B5) e obras

complementares no córrego Ferrugem, na Vila Sport Club, com ordem de serviço emitida em setembro de 2022. O valor do contrato é de R$ 66 milhões. A obra será realizada na Vila Sport localizada entre a avenida Amazonas, nº 9.400 e a linha férrea, região Oeste da Capital.

2 - Saúde Centros de saúde

A saúde é uma das grandes prioridades dessa administração. A Prefeitura de Belo Horizonte foi reconhecida no Brasil e no mundo pela atuação de seu sistema de saúde na prevenção e tratamento dos casos de Covid 19.

Atualmente, a PBH possui 152 centros de saúde, sedo que 40 desses foram reformados ou construídos em outros locais. Possui, ainda, 9 UPAS (Unidade de Pronto Atendimento), e dois hospitais gerenciados pelo município, o Odilon Behrens e o Hospital Metropolitano Doutor Célio de Castro.

Os PERGUNTAs recorrentes de tempo de espera para atendimentos, na verdade, são pontuais e bem semelhantes aqueles oferecidos pela rede oprivada.

3- Educação

Belo Horizonte equipou as escolas com computadores e tablets, reformou prédios das escolas de primeiro grau e das creches conveniadas. Atualmente, A Secretaria de Educação de Belo Horizonte está realizando o reforço escolar para os alunos que estão com dificuldade de aprendizado nas matérias de português e matemática. Esse reforço se dá em duas direções: recomposição das aprendizagens de turno e contraturno para estudantes de 1° ao 3° ano, com foco na alfabetização e de Reforço Escolar de Lingua Portuguesa e Matemática para os estudantes de 4° ao 9° ano.

4- Vila Mais Conectada

A Capital de Minas é considerada uma das cidades mais conectadas do País. Está em andamento o Programa Vila + Conectada que vai levar internet gratuita da Prefeitura a mais de 200 vilas e favelas, beneficiando cerca de 380 mil, pessoas.

Além de levar internet para vilas e favelas, essas localidades estão recebendo cursos de formação básica em informática para crianças, adolescentes, adultos e idosos. Em apoio, existe um programa de doação de computadores para os moradores. A Prodabel, empresa do munícipio, recebe computadores usados, que são testados e reparados e passados para os moradores.

5- Cultura, Esporte e Lazer

O movimento Belo Horizonte + Feliz reuniu todas as ações públicas do município destinadas à população. Alguns dos principais programas, eventos e locais públicos que ajudam a melhorar o astral da cidade:

Número de praças em BH: 912. Dessas 100 estão sendo revitalizadas.

Parques: 78, sendo 77 vinculados à Fundação de Parques e 1 à Secretaria de Esportes e Lazer. Todas essas áreas estão recebendo tratamento especial. Destaque para os Parques Municipal e das Mangabeiras.

Museus: 6

Teatros: 3

Centros culturais: 17

Investimento anual na área da cultura: R$ 55,9 milhões (previsão 2022)

Principais eventos da Cultura:

- Festival de Arte Negra (FAN)
- Festival dedicado à valorização e à difusão da arte de matriz africana
- Festival Internacional de Quadrinhos de Belo Horizonte (FIQ BH). Considerado o principal evento do gênero na América Latina, o FIQ BH é referência obrigatória para os amantes dos quadrinhos, é ponto de encontro para leitores e profissionais de diferentes áreas envolvidas na produção em torno da mídia.
- Festival Internacional de Teatro Palco e Rua de Belo Horizonte – (FIT BH). Faz parte do calendário oficial de BH, realizado a cada dois anos. Consolidado como um dos importantes festivais internacionais de teatro do país, o FIT BH busca valorizar a difusão, a formação, a reflexão e o intercâmbio cultural.
- Festival Literário Internacional de Belo Horizonte – (FLI BH). Realizado a cada dois anos, o Festival oferece atividades diversas para a valorização da literatura, contemplando públicos distintos e abarcando as cadeias criativas, produtivas, formativas e de promoção do acesso ao livro e à leitura.
- Virada Cultural de Belo Horizonte. Trata-se de jornada de 24 horas ininterruptas de programação artística e cultural nas diversas áreas: música, teatro, dança, circo, literatura, artes plásticas artes cênicas, artes visuais, performance, moda, gastronomia.

Principais eventos da Belotur:

- Programa Belo Horizonte 4 Estações. Ação contínua de promoção e consolidação do posicionamento turístico da capital. Une o clima a uma série de atrativos percebidos em Belo Horizonte durante o verão, outono, inverno e primavera.
- Carnaval de Belo Horizonte. Em sua última edição, realizada em 2020, o festejo teve 4,45 milhões de foliões circulando pela cidade, espalhados em mais de 500 atrações. Além dos famosos Blocos de Rua, a festa da capital mineira conta ainda com palcos, desfiles das Escolas de Samba e Blocos Caricatos, além da abertura oficial e a eleição da Corte Momesca. O foco

da Prefeitura é oferecer para a população e para os visitantes o melhor carnaval do País pela diversidade de blocos e outras agremiações, garantindo, ao mesmo tempo, segurança, limpeza e infraestrutura adequada para satisfazer os foliões.

- Arraial de Belo Horizonte. O Arraial de Belo Horizonte é o festejo junino mais representativo da Região Sul e Sudeste do Brasil, pela sua valorização e respeito à cultura e às tradições que envolvem o período. A festa chegou à 43ª edição em 2022, e é uma realização da Prefeitura de Belo Horizonte com o apoio de parceiros públicos e da sociedade civil.
- Passeios Turísticos. Idealizado pela Belotur, tem o formato walking tour e city tour, trazendo ao morador a oportunidade de conhecer a sua própria cidade sob novos olhares, estimulando a relação de pertencimento e desenvolvendo sentimentos de identidade.
- Ações Gastronômicas. Um dos compromissos após a designação da Unesco de Belo Horizonte como Cidade Criativa da Gastronomia, é manter o intercâmbio de experiências e cases de sucesso, atraindo turistas para a cidade, fortalecendo ainda mais Belo Horizonte como referência como Polo Turístico Gastronômico. Foi criado o Comitê Gestor Belo Horizonte Cidade Criativa da Gastronomia que gerencia, promove e coordena as ações entre os órgãos e entidades do Poder Executivo e a iniciativa privada para o desenvolvimento sustentável do setor gastronômico de Belo Horizonte.

<u>Principais programas de esportes</u>:

- Superar: atende pessoas com deficiência física, visual, intelectual, auditiva, múltipla e autismo. São 15 modalidades esportivas
- Vida ativa: aulas de ginástica, dança sênior e Lian Gong, entre outras atividades, para alunos com idade acima de 50 de anos
- Copa Centenário de Futebol Amador Wadson Lima, competição anual, cuja edição 2022 teve a inscrição de 249 equipes com 5.732 atletas em 11 módulos.
- Várzea Viva, promoção de requalificação completa de campos de futebol por meio da parceria público privada.
- A Rua é Nossa, programa integrante do Movimento BH+Feliz, com atividades físicas e de lazer, realizado nas manhãs de domingo, em quatro pontos da cidade.
- No Domingo, a Rua é Nossa, partes de três avenidas são disponibilizadas para a comunidade realizar práticas esportivas, de lazer, e convivência social.
- Academia a céu aberto: instalados em espaços públicos nos bairros da capital, cerca de 450 conjuntos de equipamentos para estímulo para uma rotina de prática de exercícios.
- Esporte para Todos: programa de fomento da Prefeitura de Belo Horizonte, à prática esportiva por meio de descontos referentes ao IPTU e créditos inscritos na dívida ativa de

imóveis sedes de equipamentos esportivos e de lazer.

- Caminhar: nove pistas com serviços como avaliações físicas e orientações sobre a forma mais segura e adequada de praticar atividades físicas.
- Em 16 complexos esportivos e recreativos da iniciativa privada são realizadas atividades dos programas da Prefeitura.

6- Meio ambiente

Belo Horizonte é uma das três cidades mais arborizadas do Brasil. O município, além de investir na preservação do parques, praças e jardins, ampliou a coleta seletiva na cidade e fez a substituição e podas de árvores.

Cabe destacar a luta do município pela preservação da Serra do Curral, que está sendo ameaçada por mineradoras com supostas irregularidades.

Na Lagoa da Pampulha, está sendo executado um programa de despoluição do lago, por meio do tratamento do esgoto de quase mil famílias que vivem em Contagem e Belo Horizonte. Esse investimento só foi possível por uma ação da Prefeitura de Belo Horizonte contra a Copasa para a implantação de rede de esgoto de famílias que despejam esgoto em cursos de água que desaguam na Lagoa da Pampulha. A ação permitiu que as Prefeituras de Belo Horizonte e Contagem fizessem um acordo na justiça para que a Empresa de saneamento fizesse as obras necessárias para a captação do esgoto.

7- Assistência Social

Belo Horizonte tem um dos mais robustos programas de Assistência Social entre todos os municípios brasileiros. Esse programa foi fundamental para apoiar a população mais carente durante a pandemia. Um outro desafio nessa área são ações para apoiar moradores em situação de rua da cidade. Principais pontos:

- Situação de insegurança alimentar/fome em Belo Horizonte

- Considerando os recortes de renda, a partir de dados do Cadastro Único para Programas Sociais – CadÚnico, temos, em agosto de 2022, 113.027 famílias extremamente pobres cadastradas (renda mensal por pessoa de até R$ 105 reais) e 19.810 famílias pobres (renda mensal por pessoa da família de 105,01 a R$ 210).

Atuação na pandemia:

- Foram distribuídas 5,4 milhões de cestas básicas e 860 mil kits de higiene, beneficiando 275mil famílias em situação de vulnerabilidade social e econômica e estudantes da rede municipal.

• Em dezembro de 2021 começou a ser pago o Auxílio Belo Horizonte, em seis parcelas. Recentemente foi ampliado em mais duas parcelas para famílias em situação de pobreza e extrema pobreza. Esse auxílio se estendeu até dezembro/2022.

Políticas municipais:

• Centro de Referência de Assistência Social (Cras) - Principal porta de entrada das famílias vulneráveis para acesso a políticas públicas de assistência social. São 34 na cidade, que referenciam atualmente mais de 200 mil famílias.

• Restaurantes Populares - Comercialização de refeições prontas, nutricionalmente balanceadas, originadas de processos seguros de produção, vendidas a preços acessíveis, atendendo pessoas que fazem suas refeições fora de casa. Atende, de forma gratuita, a população em situação de rua cadastrada - inclusive aos finais de semana e feriados - e com 50% de desconto os beneficiários do Bolsa Família. Atualmente são 5 equipamentos no município.

• Banco de Alimentos - Programa que prevê a doação de alimentos, redução do desperdício, promoção de ações educativas, dos estímulos à responsabilidade social e do estabelecimento de parcerias entre governo, iniciativa privada e entidades da sociedade civil. O Banco recebe alimentos fora dos padrões de comercialização, mas ainda adequados ao consumo. Em 2021 foram 387 toneladas de alimentos doados pelo Banco a pessoas atendidas por instituições e organizações cadastradas.

8 - Mobilidade Urbana

• Este ano, a Prefeitura de Belo Horizonte, em parceria com a Câmara dos Vereadores, conseguiu firmar um acordo com o Consórcio responsável pelo transporte público da cidade.

• Estão sendo repassados para as empresas R$ 174 milhões na forma de subsídio com o objetivo de manter as tarifas dos ônibus de Belo Horizonte até abril de 2023. Essa ação beneficiou milhões de pessoas que usam o transporte público da cidade.

• Com financiamento do Bando Mundial, a Prefeitura de Belo Horizonte investirá cerca de R$ 500 milhões para a implantação do corredor do Move na Avenida Amazonas. Esse investimento, além de melhor consideravelmente o tráfego de ônibus na avenida Amazonas, vai possibilitar importantes obras de urbanização no entorno da avenida, promovendo desenvolvimento dessa região da cidade.

• Está em curso um projeto de revitalização urbana do centro de Belo Horizonte, partir da Av. Afonso Pena, que será dotada de ciclovias, faixas exclusivas para ônibus e novo paisagismo. A Prefeitura está, ainda, estudando formas de incentivar a ocupação de prédios vazios e

revitalização de outros que são ícones da cidade.

- Três novos viadutos serão construídos na Av. Cristiano Machado, com o objetivo de aumentar a fluidez do tráfego e dar mais segurança aos usuários dessa via que permite acesso à Cidade Administrativa e aos aeroportos da Pampulha e de Confins.
- Verba referencial: R$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais).
- Período: 20 dias corridos.

4. METAS FÍSICAS

4.1. Os serviços, objeto desta licitação, serão adjudicados às 2 (duas) primeiras classificadas, na ordem decrescente de pontuação, correspondente a 2 (dois) lotes, definidos guardando relação com as Áreas de Resultado e os respectivos Projetos Estratégicos e Transformadores do Plano Plurianual de Ação Governamental - PPAG 2022-2025, a saber:

Lote 1 – Adjudicado à 1ª classificada:

A- Institucional (Incluídas campanhas extraordinárias em situação de crise como enchentes, queda de encostas, pandemia etc. Nas campanhas com caráter de balanço, poderão ser utilizados informações e dados de outras áreas não incluídas nesse lote)

B- Segurança

C- Habitação, Urbanização, Regulação e Ambiente Urbano

D- Mobilidade Urbana

E- Proteção Social, Segurança Alimentar e Esportes

F- Educação

G- Cultura

Valor: R$ 45.000.000,00 (quarenta e cinco milhões de reais).

Lote 2 – Adjudicado à 2ª classificada:

A- Atendimento ao Cidadão e Melhoria da Gestão Pública (Nas campanhas de IPTU, poderão ser utilizados dados e informações de outras áreas não incluídas nesse lote)

B- Saúde

C- Sustentabilidade Ambiental

D- Desenvolvimento Econômico e Turismo

Valor: R$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais).

PROJETOS ESTRATÉGICOS 2023-2025

SEGURANÇA
1. Policiamento em áreas prioritárias e em unidades de atendimento à população
2. Prevenção da violência em áreas de vulnerabilidade social
3. COP-BH: Gestão integrada e inteligente de problemas públicos de Belo Horizonte

SAÚDE
4. Ampliação do acesso e qualificação do cuidado e gestão em saúde
5. Fortalecimento da atenção primária em saúde
6. Aumento da eficiência operacional das ações de prevenção, controle de doenças e redução do risco sanitário
7. Tecnologia e informação para conectar e facilitar o uso dos serviços de saúde pelo cidadão e trabalhadores

SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL
8. Ampliação e qualificação do serviço de limpeza urbana
9. Modernização do licenciamento ambiental
10. Bem Estar e Saúde Animal
11. BH Cidade Sustentável
12. Gestão de Águas Urbanas: Gestão Ambiental
13. Melhoria da infraestrutura e equipamentos das unidades administradas pela FPMZB, com ênfase na acessibilidade e videomonitoramento
14. Melhoria das condições ambientais das unidades administradas pela FPMZB, com ênfase em educação ambiental, conservação da biodiversidade e soluções baseadas na natureza

MOBILIDADE URBANA
15. Qualidade do Transporte Coletivo: Um Direito de Todos
16. BH Inclusiva, Segura e Cidadã
17. Modernização tecnológica
18. Implantação e Melhoria de infraestrutura de mobilidade urbana

HABITAÇÃO, URBANIZAÇÃO, REGULAÇÃO E AMBIENTE URBANO
19. Regularização fundiária e urbanização em áreas de interesse social
20. Gestão e redução do risco geológico em assentamentos de interesse social
21. Provisão habitacional no município
22. Simplificação e modernização dos serviços de licenciamento urbano para melhoria da gestão pública
23. Regularização urbanística de assentamentos informais de interesse social
24. Melhoria do Ambiente Urbano

EDUCAÇÃO
25. Ampliação do Programa APPIA - Um Olhar para a Infância
26. Implantação do Programa APPIA - Horizontes da Adolescência
27. Promoção de Políticas de Educação Inclusiva
28. Implantação do Programa APPIA - Consolidando Projetos de Vida
29. Melhoria da Convivência e da Segurança no Ambiente Escolar
30. Educação Integral, Cidadã e de Qualidade Social
31. Desenv. Profissional e Formação Continuada dos Profissionais da Educação
32. Ampliação do Atendimento em Tempo Integral

CULTURA
33. Política de Patrimônio e Memória Cultural
34. Fortalecimento da cultura e do turismo na Pampulha
35. Belo Horizonte Film Comission

PROTEÇÃO SOCIAL, SEGURANÇA ALIMENTAR E ESPORTES
36. SUAS BH Protege
37. Fortalecimento de políticas públicas de direitos de cidadania
38. Fortalecimento da política de segurança alimentar e da agroecologia
39. Democratização do esporte e do lazer

ATENDIMENTO AO CIDADÃO E MELHORIA DA GESTÃO PÚBLICA
40. Modernização da transparência, automação dos processos de auditoria e fomento ao controle social
41. Aprimoramento do relacionamento entre cidadão e Prefeitura
42. Modernização e automação de processos internos da PBH
43. Gestão estratégica de pessoas e valorização do servidor e do segurado
44. Modernização dos processos de gestão da receita tributária

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO
45. Belo Horizonte Surpreendente
46. Atração de investimentos e fomento ao setor da tecnologia da informação
47. Fomento ao empreendedorismo, à economia criativa e solidária
48. Qualificação, profissionalização e emprego
49. Relações internacionais de Belo Horizonte
    Melhoria do Ambiente de Negócios – MAN[1]
    Belo Horizonte Cidade Inteligente – BHCI[2]

4.2. O objeto da presente Concorrência será adjudicado a 02 (duas) agências, obedecida a ordem declassificação, as quais serão contratadas mediante instrumentos contratuais, da seguinte forma:

4.2.1. As agências adjudicadas para o Lote 01 e 02 firmarão contrato individual com o Município de Belo Horizonte.

4.3. As contratadas atuarão de acordo com solicitação da SMAICS.

5. VIGÊNCIA CONTRATUAL

5.1. Os contratos a serem firmados entre os contratantes e as contratadas terão duração de doze meses, contados a partir da data da sua assinatura, prorrogáveis por períodos inferiores ou iguais, a critério do Município de Belo Horizonte, mediante termo aditivo devidamente formalizado, observada a legislação pertinente e o prazo máximo neles fixados.

6. VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

6.1. O valor global dos contratos a serem firmados com as futuras contratadas pelo período de 12

(doze) meses está estimado em R$ 65.000.000,00 (sessenta e cinco milhões de reais), sendo dois instrumentos celebrados individualmente pelo Município: (Lote 1) estimado em R$ 45.000.000,00 (quarenta e cinco milhões de reais); (Lote 2) estimado em R$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais).

6.2. Os recursos para a execução dos serviços correrão pelas seguintes dotações orçamentárias definidas para o exercício de 2022:

LOTES	ÓRGÃO/ÁREA	DOTAÇÃO	VALOR (R$)
LOTE 01	SMAICS	3200.5300.04.131.015.2.007.339039-23.0000	45.000.000,00
LOTE 02	SMAICS	3200.5300.04.131.015.2.007.339039-23.0000	20.000.000,00

6.3. O Município de Belo Horizonte não se compromete a realizar os gastos estimados em sua totalidade.

7. CARACTERIZAÇÃO DOS SERVIÇOS

7.1. Os serviços a serem realizados na vigência dos contratos são os seguintes:

a) Serviços executados pelas próprias agências.

b) Serviços executados por terceiros e supervisionados pelas agências:

- para veiculação de peças e materiais que proporcionam às agências o desconto de agênciaconcedido pelos veículos de divulgação;
- para a produção de peças e materiais que não proporcionam às agências o desconto de agênciaconcedido pelos veículos de divulgação;
- de apoio direto à gestão de comunicação que não proporcionam às agências o desconto deagência concedido pelos veículos de divulgação.

8. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PROPOSTAS

8.1. As regras de apresentação dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preço encontram-se descritas no edital, nos termos da Lei Federal nº 12.232/10 e aplicação complementar da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações.

8.2. Proposta Técnica

8.2.1. Os critérios para elaboração, julgamento e pontuação das Propostas Técnicas

encontram-se descritas no edital, nos termos da Lei Federal nº 12.232/10 e aplicação complementar da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações.

8.3. Proposta de Preço

8.3.1. Os critérios para elaboração, julgamento e pontuação das Propostas de Preço encontram-se descritas no edital, nos termos da Lei Federal nº 12.232/10 e na aplicação complementar da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações.

8.3.2. O julgamento final da concorrência será feito de acordo com o previsto na Lei Federal nº 12.232/10 e aplicação complementar da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações para o tipo Técnicae Preço.

8.3.3. As agências concorrentes serão classificadas em ordem decrescente de pontuação, aferida mediante aplicação de fórmula descrita no edital.

8.4. Comissão de julgamento

8.4.1. O procedimento licitatório será processado e julgado por Comissão Especial de Licitação, comexceção das Propostas Técnicas que serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica.

8.5. Remuneração das CONTRATADAS

8.5.1. A remuneração das contratadas ocorrerá na forma das disposições legais aplicáveis à espécie (Lei Federal nº 4.680/65 e Decreto Federal nº 57.690/66), obedecido ao desconto concedido na sua proposta de preços e, ainda, o seguinte:

a) percentual de desconto concedido aos contratantes sob os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais;

b) percentual de honorários incidente sob o custo efetivo de serviços realizados por terceiros referentes à produção de programas, campanhas, peças e materiais publicitários, ressaltando que não poderá exceder a 15% (quinze por cento);

c) serão ajustados entre as partes, o percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços de apoio à gestão de comunicação executados por terceiros, ressaltando-se que não poderá excedera 10% (dez por cento).

8.5.2. As contratadas não farão jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelos contratantes, de crédito que a eles tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente aos contratos a serem firmados.

9. FORMA DE FATURAMENTO E PAGAMENTO

9.1. As contratadas deverão entregar o faturamento aos contratantes no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a partir da data do recebimento da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor.

9.2. A Nota Fiscal/Fatura de quaisquer fornecedores será emitida em nome dos contratantes e entregue aos cuidados da contratada para faturamento, o que não significa ruptura da relação entre a contratada e seus fornecedores.

9.3. As contratadas deverão discriminar em sua Nota Fiscal/Fatura o nome e o número da NF/Fatura do fornecedor, bem como a discriminação dos serviços prestados e o período correspondente.

9.4. O faturamento deverá vir acompanhado:

9.4.1. Quando se tratar de veiculação:

a) da Nota Fiscal/Fatura do veículo, com a discriminação obrigatória do período da prestação doserviço;

b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe da SMAICS;

c) dos comprovantes de veiculação;

d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes;

e) de demonstração do valor devido ao veículo;

f) da tabela de preços do veículo;

g) da descrição dos descontos negociados;

h) dos pedidos de inserção correspondentes.

9.4.2. Quando se tratar de produção:

a) da Nota Fiscal/Fatura do prestador, com a discriminação obrigatória do período da prestação doserviço;

b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe da SMAICS;

c) dos comprovantes da prestação de serviços;

d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes.

9.4.3. Outros serviços realizados por terceiros (subcontratados):

a) da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor, com a discriminação obrigatória do período da prestação doserviço;

b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe da SMAICS;

c) dos comprovantes da prestação de serviços/fornecimento;

d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes.

9.5. Nenhuma despesa será paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo das contratadas ou de seus fornecedores e subcontratados e sem a manifestação de aceitação da SMAICS.

9.6. No tocante à veiculação, as contratadas ficam obrigadas a apresentar, sem ônus para os contratantes, os seguintes comprovantes:

9.6.1. **Para TV, Cinema e Rádio, alternativamente:**

a) comprovante de veiculação emitido pela empresa que realizou a veiculação;

b) declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, na qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local e data, nome da peça veiculada, dia e horário da veiculação;

9.6.2. Mídia Exterior: fotos das peças com identificação do local de exibição.

9.6.3. Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.

9.6.4. Mídia impressa: exemplares originais dos títulos.

9.7. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, os contratantes, a seu critério, poderão devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

9.8. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

9.9. Os contratantes não pagarão nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte das contratadas, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes do contrato.

9.10. Os contratantes não pagarão, sem que tenham autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhes venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

9.11. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros decorrentes da inobservância, pelas contratadas, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

9.12. As contratadas apresentarão aos contratantes comprovantes dos pagamentos realizados a terceiros subcontratados, até o dia 10 (dez) do mês subsequente.

9.13. Os contratantes efetuarão o pagamento da veiculação e dos demais serviços executados pelas contratadas, inclusive por terceiros subcontratados, desde que previamente autorizados e após comprovada a sua efetiva realização, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados a partir da apresentação dos respectivos documentos legais aos contratantes.

9.14. Caberá aos contratantes, considerando o tempo necessário ao regular processamento da documentação, adequar os prazos de pagamento àqueles ajustados com os veículos de comunicação e terceiros fornecedores.

9.15. Os prazos de pagamento superiores ao limite máximo fixado no item 9.13, concedidos pelos

veículos de comunicação e terceiros subcontratados fornecedores ou prestadores de serviço às contratadas, deverão ser repassados aos contratantes.

9.16. Os pagamentos devidos aos veículos de comunicação poderão ser efetuados diretamente, a critério da SMAICS.

9.17. As contratadas se obrigam a efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros até o prazo de 15 (quinze) dias após o efetivo pagamento pelos contratantes.

10. ENTREGA E RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS

a) A entrega do serviço, que se dará sob demanda, será realizada no prazo fixado no documento que detalha a estimativa de custo (EC) e autorizações de publicação (AP), obrigando-se a CONTRATADA a manter a qualidade do serviço e as mesmas condições que a classificaram no processo licitatório.

b) O recebimento do serviço estará condicionado às especificações, condições e qualidade previstas nas estimativas de custo (EC) e autorizações de publicação (AP).

c) Todos os produtos deverão primar pela qualidade, podendo ser recusados, a qualquer tempo, caso não atendam às especificações exigidas.

11. OBRIGAÇÕES DOS CONTRATANTES

11.1. A SMAICS será responsável pela coordenação e acompanhamento dos serviços, competindo-lhe, dentre outros atos que envolvam o regular exercício dessa função, aprovar previamente e por escrito os trabalhos a serem executados e os respectivos custos, sendo os contratantes responsáveis por:

11.2. Fiscalizar os serviços a serem prestados pelas contratadas.

11.3. Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros subcontratados em relação ao mercado.

11.4. Supervisionar e fiscalizar o processo de seleção de fornecedores realizado pelas contratadas ou realizar cotação de preços juntos a fornecedores.

11.5. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com as contratadas.

11.6. Fornecer e colocar à disposição das contratadas todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

11.7. Fornecer às contratadas relação de pessoas físicas ou jurídicas para a prestação de serviços ou fornecimento de bens demandados na execução do contrato.

11.8. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

11.9. Notificar, formal e tempestivamente, as contratadas sobre as irregularidades observadas no

cumprimento dos contratos a serem firmados entre contratantes e contratadas.

11.10. Analisar as tabelas de preços dos veículos de comunicação para fins de verificar o cumprimento do estabelecido no item 12.7.

12. OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS

12.1. Executar de forma adequada os serviços contratados, por meio de pessoas idôneas e tecnicamente capacitadas, registradas em seu nome e sob sua responsabilidade, sem qualquer solidariedade dos contratantes, cabendo-lhes efetuar todos os pagamentos em dia, inclusive os encargos previstos na legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, bem como de seguros e quaisquer outros decorrentes de sua condição de empregadora, assumindo, ainda com relação ao contingente alocado, responsabilidade pela coordenação e supervisão dos encargos administrativos, tais como: controle, fiscalização e orientação técnica.

12.2. Orientar-se pela disciplina do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de promover publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais normas pertinentes, com a moral e os bons costumes.

12.3. Manter estrutura de atendimento na Cidade de Belo Horizonte compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados para os contratantes.

12.4. Apresentar plano de avaliação dos resultados, planejamento de mídia e definição do impacto total desejado e de frequência de veiculação necessária de cada campanha.

12.5. Indicar, por escrito, dois representantes da área de atendimento e um representante da área de planejamento para, em seu nome, coordenarem a execução dos serviços, com poderes para deliberarem, simultaneamente, sobre todas as questões relacionadas aos contratos a serem firmados entre contratantes e contratadas.

12.6. Utilizar os profissionais indicados na Proposta Técnica para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços a serem prestados, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelos contratantes.

12.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros subcontratados e transferir aos contratantes as vantagens obtidas, incluindo aquelas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio das contratadas, abarcados os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

12.8. Submeter à aprovação prévia da SMAICS os trabalhos a serem executados, com os respectivos

custos.

12.9. Após a finalização de cada campanha, conforme solicitação da CONTRATANTE, encaminhar arquivo digital para o (a) CONTRATANTE com a relação de peças produzidas, tais como: anúncios, spots, VTs e demais peças publicitárias em arquivos na extensão "pdf", para materiais gráficos, e na extensão "mov", para arquivos audiovisuais.

12.9.1. Sempre que solicitado pelo(a) CONTRATANTE, disponibilizar a matriz desbloqueada que permita a reprodução de vídeos de caráter documental e institucional produzidos, sem ônus para o(a) CONTRATANTE.

12.10. Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços e bens fornecidos, junto a pessoas físicas e jurídicas, observadas as disposições a seguir:

12.10.1. Apresentar no mínimo 03 (três) propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que as compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários;

12.10.2. No caso em que o valor do fornecimento de bens ou serviços for superior a 0,5% (cinco décimos percentuais) do valor global do contrato, as contratadas deverão proceder à coleta de orçamentos em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização dos contratantes.

12.10.3. Apresentar propostas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

12.10.4. Apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, se não houver possibilidade de haver 03 (três) propostas;

12.10.5. Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado;

12.10.6. Os documentos citados nos subitens 12.10.1 a 12.10.3 ficarão sob a responsabilidade das contratadas e à disposição dos contratantes por um período mínimo de 5 (cinco) anos.

12.11. Submeter à subcontratação de outras empresas, observada a restrição prevista no subitem 1.2, para execução total ou parcial de alguns dos serviços de que tratam os contratos a serem firmados entre os contratantes e as contratadas, à prévia e expressa anuência dos contratantes, ressaltando- se que as contratadas permanecerão com todas as suas responsabilidades contratuais perante os contratantes.

12.11.1. Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

12.11.2. As contratadas somente poderão contratar pessoas físicas ou jurídicas que estejam

cadastradas no Sistema Único de Cadastro de Fornecedores – SUCAF – e apresentem regularidade fiscal junto à Fazenda Municipal, ao FGTS e ao Instituto Nacional do Seguro Social – INSS.

12.12. Orientar e acompanhar a produção, a impressão e a distribuição de peças gráficas (folhetos, cartazes, adesivos, cartilhas, mala direta e etc.) aprovadas pela SMAICS.

12.13. Orientar e acompanhar a produção e distribuição de peças audiovisuais (filmes, spots, novelinhas e etc) aprovadas pela SMAICS.

12.14. Definir o material a ser utilizado na distribuição só após sua aprovação pela SMAICS.

12.15. Entregar ao(à) CONTRATANTE, conforme solicitação dele(a), para fins de controle do saldo contratual, relatório de controle dos gastos efetivamente realizados

12.16. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação dos contratantes, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários das contratadas pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pelas próprias contratadas ou por terceiros por elas contratadas.

12.17. Prestar esclarecimentos aos contratantes sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam as contratadas, independentemente de solicitação.

12.18. Não caucionar ou utilizar os contratos a serem firmados entre os contratantes e as contratadas como garantia para qualquer operação financeira.

12.19. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

12.20. Cumprir a legislação trabalhista, securitária e previdenciária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

12.21. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto dos contratos a serem firmados entre contratantes e contratadas, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

12.22. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

12.23. Apresentar, quando solicitado pelos contratantes, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

12.24. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e os próprios contratantes.

12.25. Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação dos contratantes.

12.26. Responder perante os contratantes e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços de objeto dos contratos a serem firmados entre os contratantes e contratadas.

12.27. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para os contratantes.

12.28. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento dos contratos a serem firmados entre os contratantes e as contratadas.

12.29. Adotar as providências necessárias no sentido de preservar os contratantes e de mantê-los a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza, e providenciar o devido ressarcimento do pagamento de eventuais importâncias realizadas pelos contratantes, dentro do prazo improrrogável de (10) dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo de ação judicial competente por parte dos contratantes.

12.30. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros, em especial com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto dos contratos a serem firmados entre contratantes e contratadas.

12.31. Transferir para o Município de Belo Horizonte os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto dos contratos a serem firmados entre contratantes e contratadas, inclusive as peças publicitárias.

12.32. Atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e a previsão de pagamento.

12.33. Efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros até o prazo de 15 (quinze) dias, após o efetivo pagamento pelos contratantes.

12.34. Apresentar periodicamente as tabelas de preços em vigor dos veículos de comunicação.

12.35. Manter em compatibilidade com as obrigações assumidas todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital, em cumprimento ao disposto no Inciso XIII do artigo 55 da Lei nº 8.666/93.

12.36. As contratadas deverão, durante o período de no mínimo 5 (cinco) anos, após a extinção do

contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

12.37. Apresentar aos contratantes os custos e as despesas de veiculação, acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes.

12.38. As contratadas somente poderão reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem dos contratantes, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizado.

13. FORMA E REGIME DE EXECUÇÃO

Os serviços serão realizados sob a forma de execução indireta, no regime de empreitada por preço global.

14. GARANTIA

Para assegurar a execução contratual, os licitantes vencedores deverão apresentar garantia correspondente a 0,2% (dois décimos por cento) do valor estimado da contratação, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha dos licitantes vencedores.

15. FISCALIZAÇÃO

15.1. Os contratantes designarão um servidor para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos a serem firmados entre contratantes e contratadas, nos termos do §1º do artigo 67 da Lei nº 8.666/93 e alterações, que anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução e determinará o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados.

15.2. Da mesma forma, as contratadas deverão indicar um preposto para, se aceito pelos contratantes, representá-las na execução dos contratos a serem firmados entre os contratantes e as contratadas.

15.2.1. As decisões e providências que ultrapassarem a competência do representante deverão ser solicitadas a seus superiores em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.

15.3. Os contratantes se reservam o direito de rejeitar, no todo ou em parte, os serviços prestados, se em desacordo com o contrato, o edital e a legislação própria.

15.4. Quaisquer exigências da fiscalização, inerente ao objeto dos contratos a serem firmados entre os contratantes e as contratadas, deverão ser prontamente atendidas pelas contratadas, sem ônus

para os contratantes.

15.5. Além das atribuições previstas nos contratos a serem firmados entre os contratantes e as contratadas e na legislação aplicável, caberá ao servidor responsável pela fiscalização verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da subcontratação e aos honorários devidosàs contratadas.

15.6. A fiscalização pelos contratantes em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, das contratadas pela perfeita execução dos serviços.

15.7. As contratadas somente poderão executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal dos contratantes.

15.8. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância dos contratantes.

15.8.1. As contratadas adotarão as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, às suas expensas e nos prazos estipulados pelos contratantes.

15.9. A aprovação dos serviços executados pelas contratadas ou por seus subcontratadosnão as desobrigará de suas responsabilidades quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

15.10. A ausência de comunicação por parte dos contratantes, referente à irregularidade ou falhas, não eximem as contratadas das responsabilidades determinadas nos contratos a serem firmados entre os contratantes e as contratadas.

15.11. As contratadas permitirão e oferecerão condições para a mais ampla e completafiscalização, durante a vigência dos contratos, fornecendo informação, propiciando o acesso àdocumentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pelos contratantes.

15.12. As contratadas se obrigam a permitir que a auditoria interna dos contratantes e/ou auditoria externa por eles indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados aos contratantes.

15.13. Aos contratantes é facultado o acompanhamento de todos os serviços dos contratos a serem firmados entre os contratantes e as contratadas, juntamente com representantes indicados pelas contratadas.

16. DIREITOS AUTORAIS

16.1. As contratadas cedem aos contratantes, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de

publicidade, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência dos contratos a serem firmados.

16.2. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nos contratos.

16.3. Os contratantes poderão, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou pormeio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência dos contratos e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhes caibam qualquer ônus perante as contratadas, seus empregados, prepostos ou subcontratados.

16.4. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, as contratadas, mediante prévia definição dos contratantes, poderão solicitar de cada terceiro 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, um com cessão de direitos por tempo limitado e outro com cessão total e definitiva de tais direitos,para os contratantes.

16.4.1. Nos casos de cessão por tempo limitado, as contratadas utilizarão os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionarão a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pelos contratantes.

16.4.2. Quando os contratantes optarem pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, ascontratadas se comprometem a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros – paraprodução de peças e campanhas e a prestação de outros serviços – cláusulas escritas que:

a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação,a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os arquivos magnéticos e os demais trabalhos assemelhados;

b) estabeleçam que os contratantes poderão, a seu juízo, utilizarem referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência dos contratos e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhes caibam qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

c) qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

16.5. As contratadas se comprometem a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentosde produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s),

incorporada(s)à peça e os de cessão dos demais direitos.

16.6. As contratadas se comprometem a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros subcontratados, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

a) que os contratantes poderão solicitar até 02 (duas) cópias em pen drive de todo o material bruto produzido;

b) a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material aos contratantes, que poderão, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência dos contratos a serem firmados e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhes caibam qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

c) que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

16.7. Os contratantes serão os únicos e exclusivos proprietários dos resultados oriundos do cumprimento dos contratos a serem firmados, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direitode Propriedade Intelectual.

16.8. É garantido aos contratantes o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos às contratadas, ou a terceiros, antes da assinatura dos contratos a serem firmados entre os contratantes e as contratadas.

16.9. É garantida aos contratantes a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos, inclusive do uso e da exploração econômica sobre os resultados decorrentes da execução do objetocontratual, que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

ANEXO II – MODELO DE PROCURAÇÃO

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

EDITAL DE CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022

Pelo presente instrumento particular, a empresa __, inscrita no CNPJ sob o n.º _____, estabelecida na__, neste ato representada por _____ (nome, nacionalidade, estado civil, profissão, CPF/MF, R.G. e endereço de um representante legal da empresa), nomeia e constitui seu bastante procurador o Sr.____(nome, nacionalidade, estado civil, profissão CPF/MF, R.G. e endereço do procurador), com amplos poderes para o fim de representá-lo em todos os atos da **Concorrência SMGO N.º 001/2022** no Município de Belo Horizonte, podendo inclusive receber intimações e desistir de recursos.

_____, ... de .....de 2023.

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL E CARIMBO DA EMPRESA

Esta procuração deverá vir acompanhada de cópia autenticada do documento constitutivo do proponente ou de outro documento em que esteja expressa a capacidade / competência do outorgante para constituir mandatário.

ANEXO III - MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS E DE QUE NÃO EMPREGA MENOR

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTEEDITAL DE CONCORRÊNCIA SMGO Nº.: 001/2022

DECLARAÇÃO

Em cumprimento às determinações da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações, DECLARAMOS, para fins de participação na Concorrência acima, que:

a) Nossa empresa não está impedida de contratar com a Administração Pública, Direta e Indireta;

b) Não foi declarada inidônea pelo Poder Público de nenhuma esfera;

c) Não existe fato impeditivo à nossa habilitação;

d) Não possuímos entre nossos proprietários, nenhum titular de mandato eletivo;

e) Não empregamos menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menor de 16 (dezesseis) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição da República Federativa do Brasil/88;

f) Não possuímos, em nossa empresa, sócio(s), dirigente(s), gerente(s) ou componente(s) de seu quadro técnico, seus respectivos cônjuges ou companheiros que seja(m) servidor(es) ou empregado(s)municipais(al), ou que o tenha sido nos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data desta Licitação, ou seja(m) titular(es) de mandato eletivo.

Por ser expressão da verdade, eu_____, representante legaldesta empresa, firmo a presente.

_____, de de 2023.

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL E CARIMBO DA EMPRESA

ANEXO IV - DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

EDITAL DE CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022

Eu, (identificação completa do representante do licitante)_____, como representante devidamente constituído de (identificação completa do licitante) _____), doravantedenominada licitante, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar da **CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022** foi elaborada de maneira independente pela LICITANTE e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da **CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022**, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da CONCORRÊNCIA SMAICS – 001/2019 não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da **CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022**, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de outro participante potencial ou de fato da **CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022** quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da CONCORRÊNCIA SMAICS –001/2019 não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da **CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022** antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da CONCORRÊNCIA **CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022** não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Secretaria Municipal de Assuntos Institucionais E Comunicação Social antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

....., ... de ..... de 2023.

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL, CARIMBO DA EMPRESA

ANEXO V – PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

EDITAL DE CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos o desconto a ser concedido ao Contratante, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais:_____% (_____por cento);

A proposta terá validade de .....(.....) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de apresentaçãodos Documentos de Habilitação e Propostas.

O preço proposto contempla todas as despesas necessárias à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobreos serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.

Desde já, declaramo-nos cientes de que o Contratante procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

....., de.....de 2023.

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL E CARIMBO DA EMPRESA

ANEXO VI - MODELO DE DECLARAÇÃO DE BENEFICIÁRIO DA LEI COMPLEMENTAR Nº123/2006

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

EDITAL DE CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022

Declaramos, sob as penas da lei, que a LICITANTE_____é beneficiária da Lei Complementar nº 123/2006, na condição de_____considerando os valores da receita bruta e oatendimento aos requisitos previstos na Lei supracitada.

Atestamos para os devidos fins que a LICITANTE não se encontra enquadrada em nenhuma das hipóteses, que veda a concessão do tratamento jurídico diferenciado, previstas nos incisos I a XI do § 4º do art. 3º da Lei nº 123/2006:

a) de cujo capital participe outra pessoa jurídica;

b) que seja filial, sucursal, agência ou representação, no País, de pessoa jurídica com sede no exterior;

c) de cujo capital participe pessoa física que seja inscrita como empresário ou seja sócia de outra empresa que receba tratamento jurídico diferenciado nos termos desta Lei Complementar, desde que areceita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do *caput* do artigo citado;

d) cujo titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra empresa não beneficiada pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do *caput* do artigo citado;

e) cujo sócio ou titular seja administrador ou equiparado de outra pessoa jurídica com fins lucrativos, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do caput do artigo citado;

f) constituída sob a forma de cooperativas, salvo as de consumo;

g) que participe do capital de outra pessoa jurídica;

h) que exerça atividade de banco comercial, de investimentos e de desenvolvimento, de caixa econômica, de sociedade de crédito, financiamento e investimento ou de crédito imobiliário, de corretora ou de distribuidora de títulos, valores mobiliários e câmbio, de empresa de arrendamento mercantil, de seguros privados e de capitalização ou de previdência complementar;

i) resultante ou remanescente de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento de pessoa jurídica que tenha ocorrido em um dos 5 (cinco) anos-calendário anteriores;

j) constituída sob a forma de sociedade por ações.

k) cujos titulares ou sócios guardem, cumulativamente, com o contratante do serviço, relação de pessoalidade, subordinação e habitualidade.

Possuímos ciência da nossa obrigação de comunicar ao Município de Belo Horizonte quaisquer fatos supervenientes que alterem a situação de nossa empresa.

_____,___de_____de _____

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL E CARIMBO DA EMPRESA

ANEXO VII - MINUTA DE CONTRATO

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

EDITAL DE CONCORRÊNCIA SMGO N.º 001/2022

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO, QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE BELO HORIZONTE E A.....O Município de Belo Horizonte, CNPJ nº. 18.715.383/0001-40, neste ato representado pelo(a) Secretário(a) Municipal de ....., doravante denominado Contratante e a empresa ....., estabelecida ....., CNPJ ....., representada por ....., neste ato denominada Contratada, celebram o presente contrato decorrente da Concorrência nº 001/2022, processo administrativo n° XXXXXXXXXXX, emconformidade com a Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965e de seu Decreto Federal 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e alterações, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP e incorporadas ao Sistema Legal por força do Decreto Federal nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, incorporado ao Sistema Legal por força da Lei nº 4.680/65, bem como a Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, a Lei Orgânica do Município de Belo Horizonte, a Lei Municipal nº 9.011, de 1º de janeiro de 2005, os Decretos Municipais nº 10.710, de 28 de junho de 2001, nº 11.245, de 23 de janeiro de 2003, nº 15.113, de 08 de janeiro de 2013, demais normas pertinentes, mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade pela CONTRATADA à Administração Direta do Município de belo Horizonte, às autarquias e fundações, compreendendo 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, com o intuito de atenderao princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral.

1.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviçospertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e degeração de conhecimento relativos à execução deste contrato;

b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do (a) CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.2. Os serviços previstos no subitem 1.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta do (a) CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

1.4. As 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, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral não poderão ser objeto de subcontratação.

1.5. Integram o presente contrato, independentemente de transcrição, o Edital e demais documentos vinculados à Concorrência SMGO N° 001/2022, bem como a proposta apresentada pela CONTRATADA e a legislação de regência.

CLÁUSULA SEGUNDA: DA(S) DOTAÇÃO(ÇÕES) ORÇAMENTÁRIA(S)

2.1. As despesas decorrentes da execução do presente contrato serão acobertadas pela(s) seguinte(s) dotação(ções) orçamentária(s):

LOTES	ÓRGÃO	DOTAÇÃO
LOTE XXX	SMAICS	3200.5300.04.131.015.2.007.339039-23.0000.

CLÁUSULA TERCEIRA: DO VALOR

3.1. O presente contrato será regido pelo regime de "empreitada por preço global", previsto na Lei Federal nº8666/93 e suas alterações.
3.2. O presente contrato tem o valor total de R$ .....

CLÁUSULA QUARTA: DA VIGÊNCIA

4.1. O presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contada a partir da data de suaassinatura, podendo ser prorrogado em conformidade com os termos do art. 57, inciso II, da Lei nº 8.666/93.
4.2. A prorrogação a que se refere o subitem anterior será realizada mediante termo aditivo.
4.3. Ocorrendo prorrogação, serão mantidas as condições do contrato inicial e observada alegislação em vigor. Nos casos de majoração do valor contratual será exigido reforço da garantia prevista na Cláusula Décima Terceira deste contrato.

CLÁUSULA QUINTA: DO REAJUSTE

5.1. O contrato, se necessário, será reajustado mediante iniciativa da Contratada, desde que observados o interregno mínimo de 1 (um) ano a contar da data limite para apresentação da proposta ou do último reajuste, tendo como base a variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IPCA/IBGE).
5.2. Os efeitos financeiros do reajuste serão devidos a partir da solicitação da Contratada.

CLÁUSULA SEXTA: DO ADITAMENTO DOS SERVIÇOS E PREÇOS

6.1. Fica vedada qualquer alteração qualitativa ou quantitativa dos contratos, que implique custos adicionais, ou alteração conceitual dos projetos.

6.1.1. Excetua-se da regra prevista no item acima o ato autorizativo exarado, prévia e expressamente, pelo titular da Secretaria ou da Entidade em cuja dotação orçamentária a despesa ocorrerá, em processo próprio, com a justificativa da imprescindibilidade da alteração contratual para se atingir o interesse público.

6.2. Não constitui alteração contratual vedada o reajuste de preços previsto contratualmente.

6.3. Excetuam-se da regra o ato autorizativo exarado, prévia e expressamente pelo titular da Secretaria ou da Entidade em cuja dotação orçamentária a despesa ocorrerá, em processo próprio, com a justificativa da imprescindibilidade da alteração contratual para se atingir o interesse público.

CLÁUSULA SÉTIMA – DAS OBRIGAÇÕES DO (A) CONTRATANTE

7.1. A SMAICS será responsável pela coordenação e o acompanhamento dos serviços objeto deste contrato, competindo-lhe, dentre outros atos que envolvam o regular exercício desta função, aprovar previamente e por escrito os trabalhos a serem executados e respectivos custos, sendo a CONTRATANTE responsável por:

7.2. Fiscalizar os serviços a serem prestados pela CONTRATADA;

7.3. Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado;

7.4. Supervisionar e fiscalizar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA ou realizar cotação de preços junto a fornecedores;

7.5. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

7.6. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

7.7. Fornecer às contratadas relação de pessoas físicas ou jurídicas para a prestação de serviços ou fornecimento de bens demandados na execução do contrato.

7.8. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

7.9. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

7.10. Analisar as tabelas de preços dos veículos de comunicação apresentadas pela CONTRATADA para fins de verificar o cumprimento do estabelecido no subitem 9.1. deste Contrato.

7.11.

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Além das demais obrigações que lhe são atribuídas neste instrumento, competem à Contratada:

8.1. Executar de forma adequada os serviços contratados, por meio de pessoas idôneas e tecnicamente capacitadas, registradas em seu nome e sob a sua responsabilidade, sem qualquer solidariedadedo (a) CONTRATANTE, cabendo-lhe efetuar todos os pagamentos em dia, inclusive os encargos previstos na legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, bem como de seguros e quaisquer outros decorrentes de sua condição de empregadora, assumindo, ainda, com relação ao contingente alocado, responsabilidade pela coordenação e supervisão dos encargos administrativos, tais como: controle, fiscalização e orientação técnica;

8.2. Orientar-se pela disciplina do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de promover uma publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais normas pertinentes, com a moral e os bons costumes.

8.3. Manter estrutura de atendimento na Cidade de Belo Horizonte compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados para os contratantes.

8.4. Apresentar plano de avaliação dos resultados, planejamento de mídia e definição do impacto total desejado e de frequência de veiculação necessária de cada campanha.

8.5. Indicar, por escrito, dois representantes da área de atendimento e um representante da área de planejamento para, em seu nome, coordenarem a execução dos serviços, com poderes para deliberarem, simultaneamente, sobre todas as questões relacionadas a este contrato.

8.6. Utilizar os profissionais indicados na Proposta Técnica, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços a serem prestados, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo(a) CONTRATANTE.

8.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros subcontratados e transferir aos contratantes as vantagens obtidas, incluindo aquelas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio das contratadas, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

8.8. Submeter à aprovação prévia da SMAICS os trabalhos a serem executados, com os respectivos custos.

8.9. Após a finalização de cada campanha, conforme solicitação da CONTRATANTE, encaminhar arquivo digital para o (a) CONTRATANTE com a relação de peças produzidas, tais como: anúncios, spots, VTs e demais peças publicitárias em arquivos na extensão “pdf”, para materiais gráficos, e na extensão “mov”, para arquivos audiovisuais.

8.9.1. Sempre que solicitado pelo(a) CONTRATANTE, disponibilizar a matriz desbloqueada que permita a reprodução de materiais de caráter documental e institucional produzidos, sem ônus para o(a) CONTRATANTE.

8.10. Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços e bens fornecidos, junto a pessoas físicas e jurídicas, observadas as disposições a seguir:

8.10.1. Apresentar no mínimo 03 (três) propostas, das quais constarão todos os produtos ouserviços que as compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários;

8.10.2. No caso em que o valor do fornecimento de bens ou serviços for superior a 0,5% (cinco décimos percentuais) do valor global do contrato, a CONTRATADA deverá proceder à coleta de orçamentos em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização do(a) CONTRATANTE.

8.10.3. Apresentar propostas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

8.10.4. Apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, se não houver possibilidade de haver 03 (três) propostas;

8.10.5. Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado;

8.11. Os documentos citados no subitem 8.10 ficarão sob a responsabilidade da CONTRATADA e à disposição do(a) CONTRATANTE por um período mínimo de 5 (cinco) anos.

8.12. Submeter à subcontratação de outras empresas, observada a restrição prevista no subitem 1.3 deste contrato, para execução total ou parcial de alguns dos serviços de que trata este contrato, à prévia e expressa anuência do(a) CONTRATANTE, ressaltando-se que a CONTRATADA permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante o(a) CONTRATANTE.

8.12.1. Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

8.12.2. A CONTRATADA somente poderá contratar pessoas físicas ou jurídicas que estejam cadastradas no Sistema Único de Cadastro de Fornecedores – SUCAF – e apresentem regularidade fiscal junto à Fazenda Municipal, FGTS e INSS.

8.13. Orientar e acompanhar a produção, a impressão e a distribuição de peças gráficas (folhetos, cartazes, adesivos, cartilhas, mala direta e etc.) aprovadas pela SMAICS.

8.14. Orientar e acompanhar a produção e distribuição de peças audiovisuais (filmes, spots, novelinhas e etc) aprovadas pela SMAICS.

8.15. Definir o material a ser utilizado na distribuição só após sua aprovação pela SMAICS.

8.16. Entregar ao (à) CONTRATANTE, conforme solicitação dele(a), para fins de controle do saldo contratual, relatório de controle dos gastos efetivamente realizados.

8.17. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do(a) CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratadas.

8.18. Prestar esclarecimentos ao(à) CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

8.19. Não caucionar ou utilizar este contrato como garantia para qualquer operação financeira.

8.20. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

8.21. Cumprir a legislação trabalhista, securitária e previdenciária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

8.22. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderespúblicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

8.23. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

8.24. Apresentar, quando solicitado pelo(a) CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

8.25. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o(a) próprio(a) CONTRATANTE.

8.26. Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do(a) CONTRATANTE.

8.27. Responder perante o(a) CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços do objeto deste contrato.

8.28. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o(a) CONTRATANTE.

8.29. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste contrato.

8.30. Adotar as providências necessárias no sentido de preservar o(a) CONTRATANTE e demantê-lo(a) a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza, e providenciar o devido ressarcimento do pagamento de eventuais importâncias realizadas pelo (a) CONTRATANTE, dentro do prazo improrrogável de (10) dez dias úteis a contar da data do efetivopagamento, sem prejuízo de ação judicial competente por parte do (a) CONTRATANTE.

8.31. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros, em especial com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

8.32. Transferir para o Município de Belo Horizonte os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto deste contrato, inclusive as peças publicitárias.

8.33. Atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e previsão de pagamento.

8.34. Efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros subcontratados até o prazo de 15 (quinze) dias, após o efetivo pagamento pelo(a) CONTRATANTE.

8.35. Apresentar periodicamente as tabelas de preços em vigor dos veículos de comunicação.

8.36. Manter em compatibilidade com as obrigações assumidas todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital, em cumprimento ao disposto no Inciso XIII do artigo 55 da Lei nº 8.666/93.

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

8.38. Apresentar ao(à) CONTRATANTE os custos e as despesas de veiculação, acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes.

8.39. A CONTRATADA somente poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do(a) CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele(a) expressamente autorizado(a).

CLÁUSULA NONA – DA REMUNERAÇÃO

9.1. A remuneração da CONTRATADA dar-se-á na forma das disposições legais aplicáveis à espécie (Lei Federal nº 4.680/65 e Decreto Federal nº 57.690/66), obedecidos o desconto concedido na sua proposta de preços e, ainda, o seguinte:

9.1.1. percentual de desconto concedido ao (à) CONTRATANTE sob os custos internos, baseado natabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais;

9.1.2. percentual de honorários incidente sob o custo efetivo de serviços realizados por terceiros subcontratados referentes à produção de programas, campanhas, peças e materiais publicitários, ressaltando que não poderá exceder a 15% (quinze por cento);

9.1.3. serão ajustados entre as partes, o percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços de apoio à gestão de comunicação executados por terceiros, ressaltando-se que não poderá excedera 10% (dez por cento).

9.2. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo (a) CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA – DO DESCONTO DE AGÊNCIA

10.1. Além da remuneração prevista na Cláusula nona, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº. 4.680/65, não podendo exceder a 20% (vinte por cento).

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DOS DIREITOS AUTORAIS

11.1. A CONTRATADA cede ao(à) CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiaisde publicidade, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência dos contratos a serem firmados.

11.2. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nos contratos.

11.3. O(A) CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência dos contratos e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhes caibam qualquer ônus perante as contratadas, seus empregados, prepostos ousubcontratados.

11.4. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA, mediante prévia definição do (a) CONTRATANTE, poderá solicitar de cada terceiro 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, um com cessão de direitos por tempo limitado e outro com cessão total e definitiva de tais direitos, para os contratantes.

11.4.1. Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionarão a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pelos contratantes.

11.4.2. Quando o(a) CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros – para produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços – cláusulas escritas que:

a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os arquivos magnéticos e os demais trabalhos assemelhados;

b) estabeleçam que o(a) CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência dos contratos e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhes caibam qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

c) qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – serásempre considerada como já incluída no custo de produção.

11.5. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

11.6. A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros subcontratados, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens e outras, quenão impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

a) que o (a) CONTRATANTE poderá solicitar cópias em pen drive ou HD de todo o material bruto produzido;

b) a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

c) que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

11.7. O(a) CONTRATANTE será o único e exclusivo proprietário dos resultados oriundos do cumprimento deste contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

11.8. É garantido ao(à) CONTRATANTE o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à CONTRATADA, ou a terceiros, antes da assinatura deste contrato.

11.9. É garantida ao(à) CONTRATANTE a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos, inclusive do uso e da exploração econômica sobre os resultados decorrentes da execução do objeto contratual, que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – ENTREGA E RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS

12.1. A entrega do serviço, que se dará sob demanda, será realizada no prazo fixado no documento que detalha a estimativa de custo (EC) e autorizações de publicação (AP), obrigando-se a CONTRATADA amanter a qualidade do serviço e as mesmas condições que a classificaram no processo licitatório.

12.2. O recebimento do serviço estará condicionado às especificações, condições e qualidadeprevistas nas estimativas de custo (EC) e autorizações de publicação (AP).

12.3. Todos os produtos deverão primar pela qualidade, podendo ser recusados, a qualquer tempo, caso não atendam às especificações exigidas.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DO FATURAMENTO

13.1. A CONTRATADA deverá entregar o faturamento a(à) CONTRATANTE no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a partir da data do recebimento da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor.

13.2. A Nota Fiscal/Fatura de quaisquer fornecedores será emitida em nome do(a) CONTRATANTE e entregue aos cuidados da CONTRATADA para faturamento, o que não significa ruptura da relação entre a CONTRATADA e seus fornecedores.

13.3. A CONTRATADA deverá discriminar em sua Nota Fiscal/Fatura o nome e o número da NF/Fatura do fornecedor, bem como a discriminação dos serviços prestados e o período correspondente.

13.4. O faturamento deverá vir acompanhado:

13.4.1. Quando se tratar de veiculação:

a) da Nota Fiscal/Fatura do veículo, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;

b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe da SMAICS;

c) dos comprovantes de veiculação;

d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes;

e) de demonstração do valor devido ao veículo;

f) da tabela de preços do veículo;

g) da descrição dos descontos negociados;

h) dos pedidos de inserção correspondentes.

13.4.2. Quando se tratar de produção:

a) da Nota Fiscal/Fatura do prestador, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;

b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe da SMAICS;

c) dos comprovantes da prestação de serviços;

d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes.

13.4.3. Outros serviços realizados por terceiros (subcontratados):

a) da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;

b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe da SMAICS;

c) dos comprovantes da prestação de serviços/fornecimento;

d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes.

13.5. Nenhuma despesa será paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores e subcontratados e sem a manifestação de aceitação da SMAICS.

13.6. No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o(a) CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

13.6.1. Para TV, Cinema e Rádio, alternativamente:

a) comprovante de veiculação emitido pela empresa que realizou a veiculação;

b) declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, na qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local e data, nome da peça veiculada, dia e horário da veiculação;

13.6.2. Mídia Exterior: fotos das peças com identificação do local de exibição.

13.6.3. Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.

13.6.4. Mídia impressa: exemplares originais dos títulos.

13.7. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o(a) CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

13.8. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

13.9. O(a) CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes do contrato.

13.10. O(a) CONTRATANTE não pagará, sem que tenham autorizado prévia e formalmente,nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

13.11. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

13.12. A CONTRATADA apresentará ao(à) CONTRATANTE comprovante dos pagamentos realizados a terceiros subcontratados, até o dia 10 (dez) do mês subsequente.

13.13. O(a) CONTRATANTE contratantes efetuará o pagamento da veiculação e dos demais serviços executados pela CONTRATADA, inclusive por terceiros subcontratados, desde que previamente autorizados e após comprovada a sua efetiva realização, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados a partir da apresentação dos respectivos documentos legais ao (à) CONTRATANTE.

13.14. Caberá ao (à) CONTRATANTE, considerando o tempo necessário ao regular processamento da documentação, adequar os prazos de pagamento àqueles ajustados com os veículos de comunicação e terceiros fornecedores.

13.15. Os prazos de pagamento superiores ao limite máximo fixado no item 8.13, concedidos pelos veículos de comunicação e terceiros subcontratados fornecedores ou prestadores de serviço às contratadas, deverão ser repassados ao(à) CONTRATANTE.

13.16. Os pagamentos devidos aos veículos de comunicação poderão ser efetuado diretamente, a critério da SMAICS.

13.17. A CONTRATADA obriga a efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros até o prazo de 15 (quinze) dias após o efetivo pagamento pelo(a) CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DO PAGAMENTO

14.1. O(A) CONTRATANTE efetuará o pagamento da veiculação e dos demais serviços executados pela CONTRATADA, inclusive por terceiros, desde que previamente autorizados e após comprovada a sua efetiva realização, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados a partir da apresentação dos respectivos documentos legais de cobrança.

14.2. Compete ao(à) CONTRATANTE, considerado o tempo necessário ao regular processamento da documentação, adequar os prazos de pagamento àqueles ajustados com os veículos de comunicação e terceiros fornecedores.

14.3. Os prazos de pagamento superiores ao limite máximo fixado nesta cláusula, concedidos pelos veículos de comunicação e terceiros fornecedores ou prestadores de serviços à CONTRATADA, serão repassados ao(à) CONTRATANTE.

14.4. Os pagamentos devidos aos veículos de comunicação poderão ser efetuados diretamente, a critério da SMAICS

14.5. A CONTRATADA se obriga a efetuar o pagamento das veiculações e demais serviçosefetuados por terceiros até o prazo de 15 (quinze) dias após o efetivo pagamento pelo(a) CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA FISCALIZAÇÃO

15.1. O(A) CONTRATANTE designará um servidor para acompanhar e fiscalizar a execução do Contrato, nos termos do §1º do artigo 67 da Lei nº. 8.666/93, que anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução e determinará o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados.

15.2. Da mesma forma, a CONTRATADA deverá indicar um preposto para, se aceito pelo(a) CONTRATANTE, representá-la na execução do Contrato.

15.2.1. As decisões e providências que ultrapassarem a competência do representante deverão ser solicitadas a seus superiores em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.

15.3. O(A) CONTRATANTE se reserva o direito de rejeitar, no todo ou em parte, os serviços prestados, se em desacordo com o presente contrato, o Edital e a legislação própria.

15.4. Quaisquer exigências da fiscalização, inerentes ao objeto deste Contrato, deverão ser prontamente atendidas pela CONTRATADA, sem ônus para o (a) CONTRATANTE.

15.5. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao servidor responsável pela fiscalização verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições

da subcontratação e aos honorários devidos à CONTRATADA.

15.6. A fiscalização pelo(a) CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integrale exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

15.7. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da SMAICS.

15.8. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do(a) CONTRATANTE.

15.8.1. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, às suas expensas e nos prazos estipulados pelo(a) CONTRATANTE.

15.9. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus subcontratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

15.10. A ausência de comunicação por parte do(a) CONTRATANTE, referente à irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

15.11. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pelo (a) CONTRATANTE.

15.12. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do (a) CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao (à) CONTRATANTE.

15.13. Ao(À) CONTRATANTE é facultado(a) o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

16.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas caracterizará a inadimplência da Contratada, sujeitando-a às seguintes penalidades:

16.1.1. advertência.

16.1.2. multas, nos seguintes percentuais:

a) multa moratória de 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso, na execução de serviços, até o limite de 9,9% (nove inteiros e nove décimos por cento), correspondente a até 30 (trinta) dias de atraso, calculado sobre o valor correspondente à parte inadimplente, excluída, quando for o caso, a parcela

correspondente aos impostos destacados no documento fiscal.

b) multa indenizatória de 10% (dez por cento) sobre o valor total da adjudicação da licitação em caso de recusa do infrator em assinar o contrato.

c) multa de 3% (três por cento) sobre o valor de referência para a licitação, na hipótese de o infrator retardar o procedimento de contratação ou descumprir preceito normativo ou as obrigações assumidas.

d) multa de 3% (três por cento) sobre o valor total da adjudicação da licitação, quando houver o descumprimento das normas jurídicas atinentes ou das obrigações assumidas.

e) multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor da parcela que eventualmente for descumprida na hipótese de o infrator entregar o objeto contratual em desacordo com as especificações, condições e qualidade contratadas e/ou com vício, irregularidade ou defeito oculto que o tornem impróprio para o fim a que se destina.

f) multa indenizatória de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato quando o infrator der causa à rescisão do contrato.

g) multa indenizatória, a título de perdas e danos, na hipótese de o infrator ensejar a rescisão do contrato, e sua conduta implicar em gastos à Administração Pública superiores aos contratados.

16.1.3. suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Administração Municipal, conforme disposto no inciso III do art. 87 da Lei n.º 8.666/93;

16.1.4. declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perantea própria autoridade que aplicou a penalidade, nos termos do inciso IV do art. 87 da Lei nº 8.666/93.

16.2. As penalidades de advertência e multa serão aplicadas pelo Diretor competente.

16.3. Nos casos previstos pela legislação, as multas poderão ser descontadas do pagamento imediatamente subsequente à sua aplicação.

16.4. A penalidade de suspensão temporária será aplicada pelo Secretário Municipal competente.

16.5. A penalidade de declaração de inidoneidade será aplicada pelo Secretário Municipal competente.

16.6. Na notificação de aplicação das penalidades de advertência, multa e suspensão temporária será facultada a defesa prévia no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

16.7. Na notificação de aplicação da penalidade de declaração de inidoneidade será facultada a defesa prévia no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias úteis.

16.8. No caso de aplicação das penalidades previstas será concedido prazo de 10 (dez) dias úteis para apresentação de recurso.

16.9. As penalidades são independentes entre si, podendo ser aplicadas em conjunto ou separadamente, após a análise do caso concreto e não exime a Contratada da plena execução do objeto contratado.

16.9.1. Na hipótese de cumulação a que se refere o subitem acima, serão concedidos os prazos para defesa e recurso aplicáveis à pena mais gravosa.

16.10. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias corridos será considerado como inexecução total do Contrato, devendo o instrumento respectivo ser rescindido, salvo razões de interesse público devidamente explicitadas no ato da autoridade competente pela contratação.

16.11. Poderá, ainda, ser objeto de apuração e processo administrativo a prática considerada abusiva, inclusive aquela caracterizada por proposta com preço manifestamente majorado ou inexequível.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA GARANTIA

17.1. A CONTRATADA deverá providenciar o recolhimento da garantia contratual no valor de R$ _____, equivalendo ao percentual de 0,2% (dois décimos percentuais) do valor contratado, a ser recolhida no prazo de até 15 (quinze) dias, contado do início da vigência do presente contrato.

17.2. A CONTRATADA poderá optar por uma das seguintes modalidades:

I - caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, devendo estes ser emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

II - seguro garantia;

III - fiança bancária.

17.1.1. A opção pela modalidade de garantia será feita quando da convocação pelo(a) CONTRATANTE.

17.1.2. Caso seja feita opção pela modalidade caução em dinheiro, o recolhimento deverá ser obrigatoriamente no Banco do Brasil por meio da Conta nº 40.181-1 – Agência 1615-2.

17.2. A caução em dinheiro só será devolvida após o cumprimento total das obrigações contratuais.

17.3. A cobertura do seguro garantia vigorará até a extinção das obrigações do tomador, que deverá efetuar o pagamento do respectivo prêmio por todo o período da garantia, independentemente do prazo de vigência indicado na apólice, conforme disposto no art. 3º, inciso I, da Circular SUSEP nº 232/03.

17.4. A garantia na forma de Fiança Bancária terá sua vigência até o cumprimento total das obrigações contratuais.

17.5. O(A) CONTRATANTE poderá utilizar, total ou parcialmente, da garantia exigida para ressarcir-se de multas estabelecidas no contrato.

17.6. O valor da garantia poderá ser utilizado total ou parcialmente para o pagamento de qualquer obrigação, inclusive indenização a terceiros, obrigando-se a CONTRATADA fazer a respectiva reposição noprazo máximo e improrrogável de 02 (dois) dias úteis, contado da data em que for notificada.

17.6.1. A garantia somente será liberada ou restituída após a execução de todas as obrigações contratuais e desde que não haja, no plano administrativo, pendência de qualquer reclamação a elas relativas.

17.7. As modalidades de seguro-garantia e de fiança bancária não podem trazer cláusulas restritivas do uso da garantia e nem de limitações de prazo para comunicado de sinistro, se for o caso.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DA EXTINÇÃO / RESCISÃO

18.1. O presente contrato extinguir-se-á ao seu término, sem necessidade de qualquer notificação ou interpelação judicial ou extrajudicial, podendo, no entanto, ser rescindido a qualquer tempo.

18.2. O presente contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas na legislação, desde que formalmente motivado nos autos do processo, assegurado o contraditório e a ampla defesa, bem como nas hipóteses de a Contratada:

18.2.1. infringir quaisquer das cláusulas ou condições do contrato;

18.2.2. transferir ou ceder o contrato a terceiros, no todo ou em parte;

18.2.3. entrar em regime de falência, dissolver-se ou extinguir-se;

18.2.4. recusar-se a receber qualquer ordem ou instrução para melhor execução deste contrato, insistindo em fazê-lo com imperícia ou desleixo;

18.2.5. deixar de executar o serviço, abandonando-o ou suspendendo-o por mais de 2 (dois) dias seguidos, salvo por motivo de força maior, desde que haja comunicação prévia e imediata ao Contratante;

18.2.6. agir com dolo, imperícia ou imprudência relativamente às obrigações contratuais;

18.2.7. deixar de comprovar o regular cumprimento de suas obrigações trabalhistas, tributárias e sociais;

18.2.8. ser declarada inidônea e/ou suspensa do direito de licitar ou contratar com a Administração Municipal;

18.2.9. subcontratar, ceder ou transferir, total ou parcialmente o objeto contratado, exceto na

hipótese de serviço secundário que não integre a essência do objeto, desde que expressamente autorizada pelo Contratante, mantida em qualquer caso a integral responsabilidade da Contratada.

18.2.10. associar-se com outrem, realizar fusão, cisão, incorporação ou integralização de capital, salvo com expressa autorização do Contratante.

18.3. A rescisão do contrato poderá ser:

18.3.1. determinada por ato unilateral e escrito da Administração, nos casos enumerados nosubitem anterior;

18.3.2. amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a Administração;

18.3.3. judicial, nos termos da legislação;

CLÁUSULA DÉCIMA NONA: DA RESCISÃO POR INTERESSE PÚBLICO

19.1. Este contrato poderá ser rescindido com aviso prévio pela contratante de no mínimo 30 (trinta) dias através de comunicado formal à contratada, por ato unilateral devidamente justificado,quando o interesse público assim o exigir, sem indenização à Contratada, a não ser em caso de dano efetivo disso resultante.

CLÁUSULA VIGÉSIMA: DA PROTEÇÃO E TRANSMISSÃO DE INFORMAÇÃO, DADOS PESSOAIS E/OU BASE DE DADOS

20.1. A Contratada obriga-se ao dever de proteção, confidencialidade e sigilo de toda informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso, inclusive em razão de licenciamento ou da operação dos programas/sistemas, nos termos da Lei nº 13.709/2018, suas alterações e regulamentações posteriores, durante o cumprimento do objeto descrito no presente instrumento contratual.

20.1.1. A Contratada obriga-se a implementar medidas técnicas e administrativas suficientes visando a segurança, a proteção, a confidencialidade e o sigilo de toda a informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso a fim de evitar acessos não autorizados, acidentes, vazamentos acidentais ou ilícitos que causem destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer outra forma de tratamento não previstos.

20.1.2. A Contratada deve assegurar-se de que todos os seus colaboradores, consultores e/ou prestadores de serviços que, no exercício das suas atividades, tenham acesso e/ou

conhecimento da informação e/ou dos dados pessoais, respeitem o dever de proteção, confidencialidade e sigilo.

20.1.3. A Contratada não poderá utilizar-se de informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso, para fins distintos ao cumprimento do objeto deste instrumento contratual.

20.1.4. A Contratada não poderá disponibilizar e/ou transmitir a terceiros, sem prévia autorização escrita, informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso em razão do cumprimento do objeto deste instrumento contratual.

20.1.4.1. A Contratada obriga-se a fornecer informação, dados pessoais e/ou base de dados estritamente necessários caso quando da transmissão autorizada a terceiros durante o cumprimento do objeto descrito neste instrumento contratual.

20.1.5. A Contratada fica obrigada a devolver todos os documentos, registros e cópias que contenham informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha tido acesso durante a execução do cumprimento do objeto deste instrumento contratual no prazo de 30 (trinta) dias corridos contados da rescisão contratual, restando autorizada a conservação apenas nas hipóteses legalmente previstas.

20.1.5.1. À Contratada não será permitido deter cópias ou backups, informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha tido acesso durante a execução do cumprimento do objeto deste instrumento contratual.

20.1.5.1.1. A Contratada deverá eliminar os dados pessoais a que tiver conhecimento ou posse em razão do cumprimento do objeto deste instrumento contratual tão logo não haja necessidade de realizar seu tratamento.

20.1.6. A Contratada deverá notificar, imediatamente, a Contratante no caso de vazamento, perda parcial ou total de informação, dados pessoais e/ou base de dados.

20.1.6.1. A notificação não eximirá a Contratada das obrigações e/ou sanções que possam incidir em razão da perda de informação, dados pessoais e/ou base de dados.

20.1.6.2. A Contratada que descumprir nos termos da Lei nº 13.709/2018 suas alterações e regulamentações posteriores, durante ou após a execução do objeto descrito no presente instrumento contratual fica obrigado a assumir total responsabilidade e ao ressarcimento por todo e qualquer dano e/ou prejuízo sofrido, incluindo sanções aplicadas pela autoridade competente.

20.1.7. A Contratada fica obrigado a manter preposto para comunicação com o Contratante para os assuntos pertinentes à Lei nº 13.709/2018 suas alterações e regulamentações posteriores.

20.1.8. O dever de sigilo e confidencialidade, e as demais obrigações descritas na presente cláusula, permanecerão em vigor após a extinção das relações entre a Contratada e o Contratante, bem como, entre a Contratada e os seus colaboradores, subcontratados, consultores e/ou prestadores de serviços sob pena das sanções previstas na Lei nº 13.709/2018, suas alterações e regulamentações posteriores, salvo decisão judicial contrária.

20.1.9. O não cumprimento de quaisquer das obrigações descritas nesta cláusula sujeitará a Contratada a processo administrativo para apuração de responsabilidade e, consequente, sanção, sem prejuízo de outras cominações cíveis e penais.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA: DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1. A Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme previsto nos §§1º e 2º, art. 65 da Lei n.º 8.666/93.

21.2. A tolerância do Contratante com qualquer atraso ou inadimplência por parte da Contratada, não importará de forma alguma em alteração ou novação.

21.3. A Contratada não poderá caucionar ou utilizar o contrato para qualquer operação financeira.

21.4. Constituem ônus de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA todos os encargos tributários, obrigações trabalhistas e previdenciários decorrentes da execução do presente contrato.

21.5. A CONTRATADA obriga-se, durante a vigência do contrato, à manutenção da habilitação requerida para participação no processo licitatório.

21.6. Ressalvados os trabalhos que pela sua natureza reclamem a execução por terceiros, a CONTRATADA obriga-se a não subcontratar os serviços objeto do presente contrato.

21.7. Pertencem ao(à) CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra e mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação;

21.8. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivos, eventualmente concedidos por veículo de divulgação, aos interesses do(a) CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir- se na orientação da escolha desses veículos de acordo com as pesquisas e dados técnicos comprovado sob pena de aplicação da penalidade de suspensão temporária para licitar ou contratar com o Município de Belo Horizonte, assegurada a ampla e prévia defesa.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA: DA PUBLICAÇÃO

22.1. A publicação do extrato do presente contrato no Diário Oficial do Município – DOM – correrá por conta e ônus da Administração Municipal.

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA: DOS ANEXOS

23.1. Vincula-se ao presente contrato a proposta da Contratada, nos termos do art. 55, XI, da Lei 8.666/93, e são anexos ao presente instrumento e dele fazem parte integrante:

1. Anexo I – Projeto Básico;
2. Anexo II – Modelo de Procuração.

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA: DO FORO

24.1. Fica eleito o foro da Comarca de Belo Horizonte, renunciando-se a qualquer outro por mais privilegiado que seja, para dirimir qualquer dúvida ou pendência oriunda do presente instrumento.

E por estarem justas e contratadas, assinam as partes o presente contrato, em 3 (três) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas abaixo:

Belo Horizonte, ... de ..... de .....

CONTRATADA CONTRATANTE

ANEXO VIII – INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES-(PERGUNTAS FREQUENTES)

PERGUNTA 01:

O item "11. DA PROPOSTA DE PREÇOS" determina que "As Propostas de Preços dos licitantes classificados deverão conter os seguintes elementos":

"11.3. 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" (pag. 34)

Porém, no texto do ANEVO V, não está prevista esta exigência:

"O preço proposto contempla todas as despesas necessárias à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título."

Como proceder?

RESPOSTA: O texto dos itens 11.3 (DA PROPOSTA DE PREÇOS) e do Anexo V (PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO) não se contradizem, se complementam. Os dois devem ser considerados para fins de elaboração da proposta.

PERGUNTA 02:

Os itens 8.2.3. Portfólio e 8.2.4 Cases determinam que "As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 420 x 297mm (formato A3)."

Pode-se encadernar as pranchas de portfólio e cases para organizar melhor a forma da apresentação?

RESPOSTA: Sim.

PERGUNTA 03:

Até que dia será permitido às agências participantes enviar PERGUNTAS sobre o edital?

RESPOSTA: Esclarecimentos adicionais relativos ao texto deste Edital, quando envolverem interpretação sobre o preciso entendimento do que nele contém, poderão ser obtidos junto à Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças da Secretaria Municipal de Governo, por intermédio do endereço eletrônico comissaoespecialdelicitacao.publicidade2022@pbh.gov.br, que encaminhará os pedidos à Comissão Especial de Licitação, desde que solicitados até 3 (três) dias úteis antes da data marcada para o recebimento dos INVÓLUCROS. O inteiro teor do pedido formulado, bem como da respectiva resposta, será publicado no site oficial da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte – www.pbh.gov.br, acessando o *link* Licitações.

PERGUNTA 04:

Para apresentação das peças de campanha, o Edital cita: "... acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros, *storyboards*, monstros) de peças de campanha...".

Como as peças eletrônicas serão entregues em *pen-drive* sem identificação, será permitida a colocação na mesma prancha, juntos, o *storyboard* e o "monstro" e será contabilizado como apenas uma peça.

Para o caso do rádio, pode-se também colocar juntos na mesma prancha o roteiro spot e o "monstro" e também será contabilizado apenas como uma peça?

RESPOSTA: Sim.

PERGUNTA 05:

Para que as peças da campanha não se percam de ordem quando abertas na sessão da concorrência, pode-se numerar cada prancha, de 1 a 20, para manter a organização?

RESPOSTA: Sim.

PERGUNTA 06:

Item 8.2.4. *Cases* - Pode-se considerar o *videocase* da campanha como uma das cinco peças permitidas pelo edital?

RESPOSTA: Não. Não serão admitidos *videocases*, apenas apresentação textual e as 5 (cinco) peças anexas, conforme item 8.2.4 do Edital de Concorrência 01/2022.

PERGUNTA 07:

Nas planilhas e quadro resumo da campanha deve-se considerar apenas os custos de veiculação (mídia) e produção ou apresenta-se também os valores referentes aos custos de criação?

RESPOSTA: Nas planilhas e quadro resumo da campanha deve-se **considerar apenas** os custos de veiculação (mídia) e produção.

PERGUNTA 08:

No item 8.1.6.3. do edital (Ideia Criativa), foi estabelecido o limite de 20 peças para campanha simulada. Será permitido a proposição de outras peças para a Estratégia de Comunicação e Plano de Mídia e Não Mídia, além dessas 20 peças?

RESPOSTA: Não será permitido.

PERGUNTA 09

O texto do edital diz: “Cada peça da campanha deverá trazer especificação sucinta destinada a facilitar a identificação e análise pelos integrantes da Subcomissão técnica.”. Cada prancha poderá conter um pequeno texto explicando um pouco daquela peça?

RESPOSTA: Sim, cada prancha poderá conter um pequeno texto explicativo.

PERGUNTA 10:

O edital traz duas informações em relação ao percentual da pontuação das propostas de preço e técnica. Quais percentuais deve-se considerar (80%x20%) ou (70% x 30%)?

RESPOSTA: Conforme explicitado no item 14.1 do referido instrumento: “A classificação dos licitantes será, dessa forma, de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas Técnica e de Preço, considerando que a Proposta Técnica terá como pontuação máxima 80% (oitenta por cento) do total possível de pontos e a Proposta de Preços terá como pontuação máxima 20% (vinte por cento) do total possível de pontos".

PERGUNTA 11:

Item 8.1.3. Ideia Criativa, letra C - peças sequenciais, para qualquer meio, a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers, entre outros, serão computadas individualmente. Caso tenha-se, por exemplo, um anúncio sequencial com 5 motes, será computado como 1 peça ou 5 peças?

RESPOSTA: Será computado como 5 (cinco) peças.

PERGUNTA 12:

No item 8.2.3 (Portfólio), pede-se que os filmes, spots e jingles sejam apresentados em pen drive. Podemos colocar todas as peças num único pen drive, ou é necessário separar um pen drive para os filmes e um pen drive para os spots?

RESPOSTA: Todas as peças podem ser colocadas em um único pen drive desde que elas estejam devidamente identificadas/nomeadas

PERGUNTA 13:

No item 8.2.4 (Cases), pede-se que as peças eletrônicas sejam apresentadas em pen drive. Pode-se colocá-las no mesmo pen drive do item 8.2.3 (Portfólio) ou é necessário separar um pen drive para Portfólio e um pen drive para Cases?

RESPOSTA: Todas as peças podem ser colocadas em um único pen drive desde que elas estejam devidamente identificadas/nomeadas.

PERGUNTA 14:

Sobre o Item 8.2.4. Cases, deve-se apresentar 5 peças para cada um dos 2 cases, ou seja, 10 peças no total?

RESPOSTA: Não. Conforme Item 8.2.4. do Edital, deverão ser apresentadas 5 (cinco) peças, no máximo, para cada um dos 2 cases, ou seja, 10 (dez) peças, no máximo, no total.

PERGUNTA 15:

Sobre o item 8.2.3. Portfólio: podem ser apresentados videocases como peças?

RESPOSTA: Não.

PERGUNTA 16:

As peças poderão ser apresentadas aplicadas ou apenas a arte?

RESPOSTA: Para fins do edital, ambas as opções serão aceitas.

PERGUNTA 17:

Item 8.1.6.3 Ideia Criativa, "Para fins de cômputo dos exemplos de peças que podem ser apresentadas, até o limite de 20 (vinte) peças, determinado anteriormente, devem ser observadas as seguintes regras: a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças". Está correto o entendimento de que as licitantes poderão materializar 20 peças em resposta ao item 8.1.3. Ideia Criativa, porém, na estratégia de comunicação poderão descrever outras peças e ações de mídia e não mídia? A título de exemplo, uma campanha no Google display, necessita de diversos formatos para obter a performance desejada. A grande maioria dos veículos impressos, de um mesmo meio, possuem formatos variados.

RESPOSTA: Não está correto o entendimento.

PERGUNTA 18:

O item 8.1 - letra B - determina que o Plano de Comunicação Publicitária deverá ser apresentado com "capa, contracapa e conteúdo impressos em papel A4 branco, com 75 g/m2 a 90 g/m2". Está correto o entendimento de que a capa e a contracapa devem ser entregues em branco, sem nenhum conteúdo impresso?

RESPOSTA: Sim, o entendimento está correto.

PERGUNTA 19:

O que a Comissão Especial de licitação entende por "reduções e variações"? Por exemplo, um anúncio de jornal de 1 página, no Estado de Minas, tem formato de 29,7 x 52cm e no Jornal Super tem 25 x 36,5cm. Esses dois formatos serão contabilizados como duas peças, e por consequência deverão ser apresentadas em duas pranchas?

RESPOSTA: Um anúncio de uma página de jornal é contabilizado como uma peça. As "variações de tamanho" em função das medidas do jornal não serão consideradas novas peças. Sendo assim, o mesmo anúncio de uma página com veiculação no jornal Estado de Minas e no jornal Super, será considerado uma peça e pode ser apresentado em uma única prancha.

Entretanto, se o mesmo anúncio for proposto na variação/redução para meia página de jornal, será contabilizado como uma nova peça (mudou o formato de uma página para meia página) e deverá ser apresentado em uma nova prancha. Entretanto, do mesmo jeito, as suas "variações de tamanho", em função das medidas dos jornais não serão computadas como novas peças.

PERGUNTA 20:

Nas mídias para a internet, um mesmo banner, de um mesmo mote, pode ter formato de 250x300 pixels para um portal e 300x300 pixels para outro. Esses dois formatos serão contabilizados como duas peças, e por consequência deverão ser apresentadas em duas pranchas?

RESPOSTA: Não serão contabilizados como duas peças e não precisam ser apresentados em duas pranchas.

PERGUNTA 21:

Pode-se seguir o modelo do Anexo V para elaboração da proposta de preços, considerando que o mesmo já inclui o item 11.3 do Edital?

RESPOSTA: Sim.

PERGUNTA 22:

O item 5.4.1.2 orienta que devemos usar o Invólucro padronizado no 1, conforme descrito abaixo:

"A Comissão Especial de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado no. 1 fornecido obrigatoriamente pelo Município de Belo Horizonte a pedido formal do LICITANTE interessado na presente licitação." No caso da LICITANTE, receber mais de um invólucro padronizado no. 1., é obrigatório o uso dos invólucros na quantidade recebida ou fica à critério do LICITANTE, de acordo com a necessidade e o volume do material a ser apresentado?

RESPOSTA: Não é obrigatório a utilização do quantitativo recebido. Serão entregues mais de 2 (duas) unidades por medida de cautela, caso uma se danifique em posse da agência por infortúnio qualquer. O invólucro não utilizado poderá ser entregue para a Comissão Especial de Licitação no momento de entrega dos envelopes.

PERGUNTA 23:

No item 8.2 - Do Invólucro no. 3 - Conjunto de Informações, não ficou claro se o LICITANTE deverá apresentar um único caderno com os itens 8.2.1 - Capacidade de atendimento, 8.2.2. - Investimento em Estrutura de Atendimento, 8.2.3 - Portfólio, 8.2.4 - Cases e anexos. O LICITANTE poderá produzir um único material para a apresentação dos itens acima mencionados e seus anexos, ou existe uma orientação para segregação dos materiais por item?

RESPOSTA: Sim. Não existe uma orientação para segregação dos materiais do item 8.2 - invólucro 3.

PERGUNTA 24:

Em relação a identificação dos invólucros 2, 3 e 4, existe um padrão de fonte, tamanho e cor ou o LICITANTE poderá fazer conforme o critério que desejar?

RESPOSTA: As diretrizes para identificação externa dos invólucros 2, 3 e 4 estão estabelecidos nos itens 5.4.2.1, 5.4.3.1, 5.4.5.1. Não existe padrão de fonte, tamanho ou cor para identificação externa desses invólucros já que se tratam de via identificadas.

PERGUNTA 25:

Em relação ao item 8.1.6 – Ideia Criativa com Simulação de Campanha, é orientando o seguinte:

"As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas separadamente do caderno único mencionado anteriormente, em pranchas com 420x297mm (formato A3, papel cartão supremo branco, 250g/m²) e as peças eletrônicas em pen drive"

“Os storyboards animados, animatics ou “monstros” deverão ser apresentados em pen drive executáveis em computadores pessoais”

Questionamento: As peças eletrônicas que deverão ser apresentadas em pen drive poderão ser salvas em um único pen drive, devidamente separadas e nomeadas ou é necessário que cada peça seja gravada em um pen drive separado?

RESPOSTA: Fica a critério do Licitante.