



CONCORRÊNCIA Nº 001/2019

Processo nº 01.075.354/19-36

- OBJETO: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.
- TIPO: TÉCNICA E PREÇO.
- REGIME DE EXECUÇÃO: EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL.
- SESSÃO PÚBLICA DE ENTREGA E ABERTURA DOS ENVELOPES:
- HORÁRIO E DIA: 14 h - 25/09/2019.
- LOCAL: Av. Afonso Pena, 1212 – Auditório JK, entrada pela Rua Goiás, s/nº, 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 ASSUNTOS INSTITUCIONAIS E COMUNICAÇÃO SOCIAL, PELO E-MAIL dpgfaics@pbh.gov.br PARA EVENTUAIS COMUNICAÇÕES AOS INTERESSADOS, QUANDO NECESSÁRIO.

A Secretaria Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social não se responsabiliza por comunicações não repassadas aos interessados que não encaminharam o recibo devidamente preenchido.



SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. DO OBJETO.....	4
3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO	6
4. DO CREDENCIAMENTO.....	7
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.....	8
6. DA ABERTURA DOS INVÓLUCROS, DO PROCESSAMENTO E DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS.....	13
7. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N.º 5	16
8. DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA	24
9. DO PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS – JULGAMENTO FINAL.....	29
10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS	29
11. DA PROPOSTA DE PREÇOS	33
12. DA DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS	34
13. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS.....	34
14. DA CLASSIFICAÇÃO FINAL.....	35
15. DA APURAÇÃO DOS VENCEDORES	36
16. DA ADJUDICAÇÃO DO OBJETO DA CONCORRÊNCIA	36
17. DO DIREITO DE PETIÇÃO.....	37
18. DO CONTRATO	39



19. DA GARANTIA.....	41
20. ENTREGA E RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS.....	42
21. DAS CONDIÇÕES DE FATURAMENTO/PAGAMENTO.....	43
22. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS	43
23. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS.....	45
ANEXO I- PROJETO BÁSICO.....	49
ANEXO II- MODELO DE PROCURAÇÃO.....	98
ANEXO III- MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS E DE QUE NÃO EMPREGA MENOR.....	99
ANEXO IV- DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA.....	100
ANEXO V- PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO.....	101
ANEXO VI- MODELO DE DECLARAÇÃO DE BENEFICIÁRIO DA LEI COMPLEMENTAR °123/2006	102
ANEXO VII - MINUTA DE CONTRATO.....	104
ANEXO VIII- MINUTA DE CONTRATO PARA EMPRESA PÚBLICA.....	128



1. INTRODUÇÃO

1.1. A Comissão Especial de Licitação, designada pelo Prefeito do Município de Belo Horizonte, conforme Portaria nº 7.363, publicada no Diário Oficial do Município, em 6 de maio de 2019, fará realizar licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, do Tipo Técnica e Preço, sob regime de execução indireta, empreitada por preço global, nos termos da Lei Municipal nº 10.936/16, do Decreto Municipal nº 15.113/13, 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, demais normas pertinentes, mediante as condições estabelecidas e integrantes do presente Edital e seus ANEXOS.

2. DO OBJETO

2.1. O objeto da presente Concorrência é seleção de empresa especializada 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.

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 3 (três) primeiras classificadas, na ordem decrescente de pontuação, correspondente a 3 (três) lotes, conforme definido a seguir:

Lote 1 – Adjudicado à 1ª classificada:

Órgãos e entidades integrantes: Administração Direta, Autarquias e Fundações.

Valor: R\$ 46.000.000,00 (quarenta e seis milhões de reais).

Lote 2 – Adjudicado à 2ª classificada:

Entidade integrante: BELOTUR - Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A.



Valor: R\$ 8.500.000,00 (oito milhões e quinhentos mil reais).

Lote 3 – Adjudicado à 3ª classificada:

Entidade integrante: BHTRANS/FTU - Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte S/A./
Fundo de Transporte Urbano.

Valor: R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais).

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 a 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, em cópia 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 8.666/93 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

4.3.1.2. 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 14h do dia 25/09/2019, no Auditório JK, localizado na Avenida Afonso Pena, 1212, 3º andar, 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 18h, no seguinte endereço: 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.

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 SUCOM – 001/2019

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 SUCOM – 001/2019

Serviços de Publicidade

Invólucro n.º 3 – Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de 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 que trata, até sua abertura e desde que respeitados os limites e características deste Edital.

5.4.4. Será vedada a oposição 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 SUCOM – 001/2019

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.º5 – 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 SUCOM – 001/2019

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, BH TRANS ou BELOTUR.

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.

5.12.2.1. 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, com a BELOTUR ou com a BHTRANS/FTU, 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).

5.12.3. 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.

5.12.4. 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.



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

5.12.6. 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.

5.12.7. 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.

5.12.8. 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.

5.12.9. 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.

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

5.12.11. 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:

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

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

6.8.3. 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).

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



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

6.9. Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da sua publicação.

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

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

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

6.9.4. 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.

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

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

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

6.10.3. 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 vigor e neste Edital.



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

7.1. Nesta fase, serão analisadas e avaliadas as características dos licitantes classificados no julgamento 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 n.º. 5 – Documentos de Habilitação, ter todas as páginas numeradas e rubricadas por representante legal do LICITANTE, ainda, ser apresentados em original 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 7.3.13 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) e a documentação prevista nos subitens 7.3 a 7.3.13 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 7.3.13 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:

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

$$\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}$$

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

$$\text{Passivo Circulante}$$

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\$ 5.750.000,00 (cinco milhões setecentos e cinquenta 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 memorial dos cálculos dos índices não seja apresentado.

~~7.3.11. Prova de possuir Patrimônio Líquido ou Capital Social mínimo de R\$ R\$ 5.750.000,00 (cinco milhões setecentos e cinquenta mil reais), referente a 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação. (item excluído conforme publicação no DOM de 22/08/2019).~~

7.3.12. 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.

7.3.13. Declaração, conforme modelo ANEXO VI, de que o LICITANTE cumpre os requisitos estabelecidos na Lei Complementar n.º 123/2006, alterada pela Lei n.º 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 em exercício;
- 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:

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

$\frac{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$

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

$\frac{\text{Passivo Circulante}}$

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. Prova de possuir Patrimônio Líquido ou Capital Social mínimo de R\$ R\$ 5.750.000,00 (cinco milhões setecentos e cinquenta mil reais), referente a 10% (dez por cento) do valor total~~



~~estimado da contratação~~ (item excluído conforme publicação no DOM de 22/08/2019).

7.4.7.1. 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.

7.4.8. 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.

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

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

7.5.2. Situação cadastral.

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

7.7. Sob pena de inabilitação, todos os documentos apresentados para habilitação deverão estar em 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;

7.8. Para fins de habilitação, os documentos que não possuem 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”.

7.9. Não se enquadram no subitem 7.8 os documentos que, pela própria natureza, não apresentam prazo de validade, inclusive quanto aos atestados de capacidade técnica



7.10. Os beneficiários da Lei Complementar nº 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.

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

7.12. 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.

7.12.1. 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.

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

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

7.13. 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.

7.14. 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.

7.15. Serão aceitas somente cópias legíveis.

7.16. Não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

7.17. 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.



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

7.19. 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

Para efeito de avaliação, os licitantes deverão apresentar uma campanha simulada, dentro do tema “Prevenção de Enchentes”, com o objetivo de demonstrar à população (i) alguns dos principais problemas históricos e sociais relacionados à ocorrência de enchentes e gestão das águas na cidade; (ii) determinados empreendimentos desenvolvidos pela Prefeitura que objetivam prover melhorias na capacidade de drenagem e escoamento de águas na cidade; (iii) quais são os principais benefícios desses investimentos; (iv) o quanto importante é a compreensão e a responsabilidade por parte do cidadão ao que se refere à destinação responsável de resíduos sólidos, esclarecendo que práticas irregulares e descompromissadas com a preservação do meio ambiente, promovem estragos e prejuízos diversos a toda a população; (v) instruir a população sobre como proceder responsabilmente em casos de chuvas e enchentes.

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 entre parágrafos;
- 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.

São permitidas variações de fonte para destaques no texto: negrito, itálico, sublinhado e caixa alta. Também é permitido o uso de marcadores.

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.

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.

8.1.1. 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.

8.1.2. 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 resolvê-los.



8.1.3. 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/m²) e as peças eletrônicas em CD ou DVD. 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 CD ou DVD 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 prejudique sua 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, serão computadas 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 serão considerados uma única peça, desde que



apresentadas na mesma prancha e desde que não prejudique a leitura;

f) um aplicativo com todas as suas telas serão considerados 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.

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 toda a 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.

Para efeito de precificação deverão ser considerados:

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

b) tabela cheia do SINAPRO-MG vigente na data de publicação deste edital;

c) 15% de honorários de produção de qualquer natureza (filmes, videos, spots, produção gráfica etc).

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

a) duração: 30 (trinta) dias corridos;

b) público alvo: população de Belo Horizonte;

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 25 (vinte e cinco) 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 social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida, o mês e ano de sua veiculação e 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 ser apresentadas em pen drive.

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

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
- e. 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
- e. 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 ao *briefing*.
- 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 das principais execuções 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 à disposição 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 um dos 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 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, 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

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

11.1. 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;

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

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.

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

11.5. 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 conterà 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 oferecer maior 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:



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

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, a fim de que possam ser classificadas, que é de 7 (sete) pontos, o equivalente a 70% (setenta por cento) do total de pontos possíveis.

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:

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

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 3 (três) 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 03 (três) primeiras classificadas, na ordem decrescente de pontuação, obedecido o seguinte:

16.1.1. Primeira classificada: Lote 01 – Administração Direta + Autarquias e Fundações.

16.1.2. Segunda classificada: Lote 02 – Entidade da Administração Indireta, sendo ela: Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A. – BELOTUR.

16.1.3. Terceira classificada: Lote 03 – Entidades da Administração Indireta, sendo ela: Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte S/A. – BHTRANS/FTU.

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. A agência adjudicada para o Lote 01 firmará contrato individual com o Município de Belo Horizonte.

16.2.2. As agências adjudicadas para o Lote 02 e 03 firmarão contratos individuais com cada entidade da Administração Indireta.

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 úteis anteriores 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 decisão relacionada 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* dpग्faics@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 Assuntos Institucionais e Comunicação Social, situada na Avenida Afonso Pena, 1.212, 3º andar, Bairro, Centro, Belo Horizonte, MG, impreterivelmente no horário de atendimento, de 08h 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 três 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 lei e 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 espécie de 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 15.113/2013, 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	DOTAÇÃO	VALOR (R\$)
LOTE 01	Administração Direta + Autarquias e Fundações	3200.5300.04.131.015.2007.339039.23/64.0300	46.000.000,00
LOTE 02	BELOTUR	2805.0010.23.695.086.2.900.339039.23/64.0300	8.500.000,00
LOTE 03	BHTRANS/FTU	2710.1100.26.452.060.2.837.0001.339039.23/64.0300	3.000.000,00

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 estimativa 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 Subsecretaria de Comunicação Social da 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.

22.1.2. 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 total da adjudicação da licitação 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 Subsecretário 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

22.12. Poderá a Administração revogar a presente licitação, no todo ou em parte, por conveniência administrativa ou interesse público devidamente justificado, sem que caiba ao LICITANTE direito à indenização, salvo em caso de dano efetivo resultante dessa revogação e na forma da lei.

22.13. 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.

22.14. 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 a realização da sessão pública.

22.15. 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.



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

22.17. 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.

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

22.19. 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.

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

22.21. 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.

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

22.23. 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.

22.24. 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.

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

22.26. A participação do LICITANTE nesta licitação implica em aceitação de todos os termos deste edital.

22.27. 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.



22.28. 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.

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

22.29.1. 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.

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

22.30. 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.

22.31. A Contratada não poderá:

22.31.1. 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;

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

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

22.33. 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.

Diretor de Planejamento, Gestão e Finanças

Secretária Municipal de Assuntos Institucionais e Comunicação Social



ANEXO I - PROJETO BÁSICO

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº.: 001/2019

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.

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 3 (três) primeiras classificadas, na ordem decrescente de pontuação, correspondente a 3 (três) lotes, conforme definido a seguir:

a) Lote 1 – 1ª Classificada.

Órgãos e entidades integrantes: Administração Direta, Autarquias e Fundações.

Valor: R\$ 46.000.000,00 (quarenta e seis milhões de reais).

a) Lote 2 – Adjudicado à 2ª classificada:

Entidade integrante: BELOTUR - Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A.

Valor: R\$ 8.500.000,00 (oito milhões e quinhentos mil reais).

b) Lote 3 – Adjudicado à 3ª classificada:

Entidade integrante: BHTRANS/FTU - Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte S/A./
Fundo de Transporte Urbano.



Valor: R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais).

2. Justificativas

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, o Município de Belo Horizonte instituiu a Subsecretaria de Comunicação Social – SUCOM–, que 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 – vigente.

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 possibilite acompanhar, acessar e usufruir, de forma mais eficiente e tempestiva, as políticas públicas desenvolvidas em Belo Horizonte.

3. Caracterização

3.1. 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.

De acordo com estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE/2018, a população atual é de 2.501.576 habitantes, sexta maior do Brasil. A Região Metropolitana, com seus 5.916.189 habitantes, é a terceira maior do país. Nestes 121 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 demais metrópoles 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 Belo Horizonte 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, a Administração Direta compreende:

- 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 gestão municipal de Belo Horizonte estabeleceu importantes compromissos voltados a atender a população mais vulnerável, enquanto público prioritário das políticas públicas municipais, e a otimizar a prestação dos serviços que são responsabilidade da Prefeitura.

A partir desses compromissos, a dimensão estratégica das políticas públicas municipais foi construída de modo a expressar a visão de futuro do Município, os planos de desenvolvimento do governo e os macrodesafios a serem superados, além de induzir a cooperação e a sinergia das secretarias na formulação e implementação de suas iniciativas.

O compromisso de otimizar os serviços oferecidos pela Prefeitura exprime a visão do que é prioritário dentro da administração municipal: facilitar a vida dos cidadãos, prestando serviços com mais qualidade, menos burocracia e mais eficiência da gestão pública municipal.

O compromisso de atender com prioridade a população mais vulnerável de Belo Horizonte, sem descuidar de qualquer segmento da cidade, visa acelerar o alcance por equidade e acesso a direitos fundamentais por toda a população de Belo Horizonte, respeitando as características e urgências particulares de cada território e, progressivamente, mitigando desequilíbrios históricos do desenvolvimento da cidade.

3.3.2. Os principais programas e ações desenvolvidos pelo Município de Belo Horizonte, que são também temas recorrentes de suas campanhas publicitárias, são aqueles identificados como projetos estratégicos e projetos transformadores.



Projetos estratégicos sintetizam as prioridades de cada política pública em andamento no município; já os projetos transformadores são um subconjunto de ações vinculados aos projetos estratégicos.

A seguir, estão especificados o nome e o respectivo objetivo de cada um dos projetos estratégicos e transformadores, distribuídos por área de resultado:

3.3.2.1. Área de Resultado: Segurança

Policimento em áreas prioritárias e em unidades de atendimento à população

Promover a segurança no ambiente escolar, nas unidades de saúde, nas unidades de assistência social e nos espaços públicos de convivência comunitária e grande circulação de pessoas, além de reduzir os índices de criminalidade em relação aos anos anteriores, possibilitando significativa melhora na sensação de segurança.

Prevenção da violência em áreas de vulnerabilidade social

Promover intervenção qualificada em fatores de risco à violência e de proteção, desenvolvendo ações locais de prevenção aos homicídios, articulando redes de proteção e ofertas de serviços para jovens em territórios de maior vulnerabilidade e atendimento às pessoas expostas a fatores de risco de violência doméstica, de gênero, sexual, contra crianças e à população em situação de rua.

Promoção da gestão integrada na resposta a emergências

Promover, por meio do Centro de Operações de Belo Horizonte (COP-BH), ação integrada e coordenada das instituições responsáveis pelos eventos e incidentes relevantes, situação de emergência e crise, visando prevenir, mitigar riscos e aperfeiçoar a pronta resposta. Contribuir para a segurança da população do município de Belo Horizonte, utilizando tecnologias de cidade inteligente.

3.3.2.2. Área de Resultado: Saúde

Ampliar e qualificar o atendimento hospitalar e de urgência e emergência

Propiciar serviço qualificado de assistência médica-hospitalar aos pacientes do Sistema Único de Saúde – SUS.

Fortalecimento da atenção primária em saúde



Promover o cuidado integral na Atenção Primária à Saúde de forma humanizada, oportuna, resolutiva, segura e de qualidade, fortalecendo a Estratégia de Saúde da Família e assegurando a cobertura adequada.

Implantação da gestão de custos em hospitais e unidades próprias de saúde

Implantar a gestão de custos com a finalidade de gerar relatórios com informações sobre os custos de cada unidade de saúde, permitindo aos gestores agir para melhorar a eficiência dos hospitais, unidades de pronto atendimento e centros de saúde, bem como oferecer informações estratégicas para tomada de decisão pela Secretaria Municipal de Saúde.

Qualificação das ações de prevenção e controle de doenças e redução do risco sanitário

Realizar o monitoramento sistemático do estado de saúde no território, tendo como estratégia prioritária a efetivação das ações de Vigilância em Saúde no Município.

Cenas de uso de crack e outras drogas

Revitalizar o espaço urbano caracterizado por cenas de uso do crack e outras drogas. Construir uma intervenção em rede e intersetorial para os usuários de crack e outras drogas. Buscar ações articuladas e uma gestão coordenada, baseada nos direitos humanos, na articulação entre as autoridades representantes das três esferas de Governo, de Justiça e de proteção social.

3.3.2.3. Área de Resultado: Sustentabilidade ambiental

Ampliação e qualificação do serviço de limpeza urbana

Ampliar e aumentar a qualidade dos serviços de limpeza urbana, proporcionando a universalização do acesso a esses serviços a todas as vilas do município, e aumentar também a população atendida pelo serviço de coleta seletiva municipal, utilizando-se inclusive de mecanismos de logística reversa.

Modernização do processo de licenciamento ambiental

Estruturar novo modelo processual de licenciamento ambiental que garanta eficiência e celeridade na análise, atraindo empreendedores e contribuindo para o Desenvolvimento Sustentável do município de Belo Horizonte.

BH Verde: bem-estar e sustentabilidade



Implementar ações com foco no desenvolvimento sustentável ambientalmente correto do município. Para isto, serão estruturadas ações focadas na sustentabilidade ambiental, no monitoramento e gestão da flora e fauna silvestres e domésticas, e na formação de cidadãos preocupados com a conservação e preservação dos recursos naturais e a sustentabilidade.

Recuperação ambiental em áreas degradadas, encostas, drenagem, tratamento de córregos e de fundo de vale

Atuar em áreas de risco do município com o objetivo de garantir a correta gestão ambiental e prevenir a ocorrência de desastres naturais que propiciem risco à segurança da população.

Revitalização ambiental e desenvolvimento do potencial turístico dos parques, zoológico e Jardim Botânico

Potencializar o fluxo de frequentadores dos parques municipais e zoológico, por meio da melhoria da qualidade de serviços, informações, segurança e revitalização ambiental nesses equipamentos públicos.

3.3.2.4. Área de Resultado: Mobilidade Urbana

Qualidade do transporte coletivo: um direito de todos

Oferecer um serviço de transporte coletivo público de qualidade, que garanta menor tempo de viagem, conforto, segurança e confiabilidade nos deslocamentos de usuários.

BH inclusiva, segura e cidadã

Promover a segurança no trânsito com foco na melhoria da saúde, garantia da vida e melhoria da qualidade de vida urbana por meio de intervenções no sistema de mobilidade, com estímulo aos meios não motorizados. Estimular e aumentar a participação popular na definição e no acompanhamento de ações relacionadas à mobilidade urbana, visando a criação de um ambiente social propício para a construção de um Compromisso pela Mobilidade Sustentável.

Mobilidade – atendimento, operação, fiscalização e modernização tecnológica

Incorporar novas metodologias e tecnologias às atividades da BHTRANS/FTU para aprimorar o atendimento, a operação, a fiscalização e as informações de mobilidade, com participação social, com a finalidade de torná-las mais efetivas e transparentes.



3.3.2.5. Área de Resultado: Habitação, Urbanização, Regulação e Ambiente Urbano

Regularização fundiária e urbanização em áreas de interesse social

Regularizar assentamentos de interesse social, com foco na população de baixa renda moradora do município, para inseri-la na malha oficial da cidade e garantir, ao munícipe, desde a valorização do imóvel até sua regularização documental em vários setores. Promover a urbanização dos assentamentos em áreas de interesse social regularizadas cuja infraestrutura básica é insuficiente, com objetivo de garantir condições mínimas de habitabilidade e do direito à moradia.

Gestão e redução do risco geológico em assentamentos de interesse social

Prevenir, mitigar, reduzir e controlar situações de risco geológico em assentamentos de interesse social.

Provisão habitacional no município

Desenvolver alternativas diversificadas destinadas a combater o déficit e a inadequação habitacional.

Simplificar, democratizar e modernizar a legislação urbanística e os serviços de licenciamento urbano

Tornar as diretrizes de desenvolvimento urbano e de ordenamento territorial transparentes e acessíveis a todo cidadão. Qualificar a prestação de serviços ao munícipe e a manutenção da cidade.

Regularização urbanística de assentamentos informais de interesse social

Promover a regularização de assentamentos informais ocupados predominantemente por famílias de baixa renda.

Melhoria do ambiente urbano

Proporcionar que logradouros públicos sejam espaços mais propensos à sociabilidade e que os terrenos estejam mantidos em condições de salubridade e segurança.

3.3.2.6. Área de Resultado: Educação

Ampliação da Educação Infantil



Criar vagas na Educação Infantil para ampliação do atendimento às crianças de 0 a 5 anos.

Reorganização, Melhoria e Ampliação do Ensino Fundamental e da Escola Integrada

Reorganizar o ensino fundamental da Rede Municipal de Ensino (RME/BH) revendo tempos escolares, currículo, processos de avaliação e articulação do currículo regular com as propostas do programa escola integrada e ampliar vagas nos programas Escola Integrada e Escola Aberta.

Reorganização, Expansão e Redução da Evasão do Ensino de Jovens e Adultos (EJA)

Identificar os fatores que contribuem para a permanência e aprendizagem dos estudantes do EJA, criando estratégias e meios com vistas a diminuir a evasão escolar e assegurar a ampliação ao direito à educação a todos os cidadãos, em conformidade com as estratégias indicadas no Plano Nacional de Educação.

Promoção de Políticas de Educação Inclusiva

Assegurar que a Rede Municipal de Educação promova a inclusão de todos os estudantes em igualdade de condições, desenvolvendo práticas pedagógicas inclusivas. Criação de equipamento intersetorial de atendimento educacional aos jovens e adultos com deficiência.

Melhoria da Convivência e da Segurança no Ambiente Escolar

Implementar o Plano de Convivência Escolar nas escolas da Rede Municipal de Belo Horizonte – RME/BH, pautando a convivência com os diversos segmentos da comunidade escolar de modo que sejam desenvolvidas práticas pedagógicas que resultem na melhoria do clima escolar e assegurando que tenham condições de implementar a cultura da mediação de conflitos.

Desenvolvimento Profissional e Formação Continuada dos Profissionais da Educação

Ampliar o acesso dos profissionais da educação a cursos de graduação e pós-graduação (especialização, mestrado e doutorado), bem como a participação deles em diversos processos formativos (presenciais e/ou a distância). Construir novo modelo de avaliação de desempenho e estágio probatório dos profissionais da educação, implantar uma política de incentivo de desenvolvimento profissional e reduzir o absenteísmo.

3.3.2.7. Área de Resultado: Cultura



Fortalecimento da cultura e do turismo na Pampulha

Executar exposições e ações em cada equipamento cultural da Pampulha, bem como ações de fortalecimento da estrutura turística e medidas que atendam as condicionantes para manter e fortalecer o título de Patrimônio Mundial.

Formação em política cultural

Fortalecer a estrutura da Escola Livre de Artes, por meio de parceria com a Educação, com o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico – IPHAN – e executar políticas sociais para melhor estruturação da política de formação na cidade.

Execução de festivais de política pública de cultura

Priorizar parcerias para a realização dos 11 festivais previstos na política cultural do município.

3.3.2.8. Área de Resultado: Proteção Social, Segurança Alimentar e Esportes

Qualificação e expansão do atendimento à População em Situação de Rua (SUAS/POP Rua)

Promover a (re)construção de vínculos sociais, comunitários e familiares, possibilitando a superação de extrema vulnerabilidade e risco social e pessoal, presentes na vivência da situação de rua.

Promoção de direitos e cidadania a população com maior vulnerabilidade social

Promover ações para a promoção, garantia e defesa de direitos de cidadania, possibilitando o protagonismo e o empoderamento da população, visando a desenvolvimento de uma cultura de respeito e dignidade a todos os segmentos da população.

Fortalecimento da proteção social básica (BH-protege)

Prevenir as situações de vulnerabilidade, risco social e pessoal, violação de direitos e ampliar a capacidade protetiva familiar e comunitária nos territórios de referência das unidades de proteção social (CRAS).

Expansão da oferta de serviços no BH cidadania e em outros espaços públicos



Promover a convergência de áreas essenciais das políticas públicas do município de Belo Horizonte, em territórios vulneráveis, visando à proteção social, a defesa de direitos, o acesso a bens e serviços públicos e promoção da cidadania.

BH cidade sustentável: mobilizar, educar e cultivar alimentação saudável

Promover a segurança alimentar e nutricional por meio das práticas de mobilização, formação e educação alimentar, produção e comercialização de alimentos no município de Belo Horizonte, prioritariamente em territórios com alto grau de vulnerabilidade social.

Democratização do Esporte e do Lazer

Democratizar o acesso ao esporte e ao lazer por meio do desenvolvimento de políticas públicas inclusivas que garantam a participação de todos e promovam a qualidade de vida urbana, contribuindo para a consolidação de ambientes sociais saudáveis, educativos e seguros.

3.3.2.9. Área de Resultado: Atendimento ao Cidadão e Melhoria da Gestão Pública

Modernização dos processos de arrecadação tributária

Modernizar os processos de arrecadação tributária, incrementando a arrecadação com economia de recursos.

Reformulação da política de compras e contratos do município

Fazer com que a Secretaria Municipal de Fazenda (SMFA) exerça a função de órgão central de licitações do Município para aquisição de materiais de consumo de uso comum e específico, materiais permanentes e contratação de serviços, além de gerenciamento dos estoques. Promover o controle dos custos de todos os contratos de locação de imóveis, obter receita com a venda de áreas remanescentes e consolidar a propriedade e a posse dos imóveis.

Modernização da transparência, automação dos processos de auditoria e fomento ao controle social

Fortalecer o controle social, a transparência e a atividade de auditoria por meio da sistematização, cruzamento e publicização de dados.

Aprimoramento do relacionamento entre cidadão e Prefeitura



Desburocratizar, otimizar e ampliar os serviços de atendimento, proporcionando maior facilidade, conforto e agilidade para o cidadão.

Modernização e automação de processos internos da PBH

Simplificar os processos internos e integrar as informações, proporcionando redução dos custos e dos prazos de execução, aumento do grau de confiabilidade e melhoria da gestão e dos serviços prestados ao cidadão.

Gestão estratégica de pessoas e valorização do servidor e do segurado

Integrar e automatizar os processos de gestão previdenciária e de recursos humanos, buscando agilidade, transparência e assertividade na gestão da vida funcional do servidor, bem como redução dos prazos de concessão de sua aposentadoria e pensão.

3.3.2.10. Área de Resultado: Desenvolvimento Econômico e Turismo

Atração de investimentos para a cidade e fomento à tecnologia da informação

Investir em ações e produtos para a atração de investimentos nacionais e internacionais. Apoiar e aquecer o setor de tecnologia da informação (TI) na cidade por meio da capacitação, da melhoria do ambiente de negócios e do intercâmbio com outros centros tecnológicos.

Fomento ao empreendedorismo, à economia criativa e à economia solidária

Oferecer melhores condições para que os empreendedores da cidade possam crescer. Prestar suporte técnico e orientação para a população que exerça algum tipo de atividade nas áreas de confecção, artesanato ou alimentação, dando opção de comercialização de produtos em feiras esporádicas e/ou permanentes.

BH destino turístico inteligente

Tornar a cidade de Belo Horizonte reconhecida nos mercados nacional e internacional como destino turístico inteligente, atrativo e competitivo.

Belo Horizonte Cidade Inteligente

Utilizar intensivamente tecnologias de comunicação e informação sensíveis ao contexto (IoT) e de gestão urbana e ação social dirigidos por dados, no espaço urbano de Belo Horizonte, para que sejam a base



de uma gestão integrada entre as diversas áreas da administração e para que os serviços públicos disponham de mais informações qualificadas para melhorar sua qualidade e eficiência. Conectar o cidadão aos serviços e recursos municipais.

Melhoria do ambiente de negócios

Gerar aumento estrutural da produtividade e da competitividade para geração de emprego em Belo Horizonte e aumento da atração de investimentos na cidade, por meio da avaliação e revisão de processos de licenciamento e regularização, que facilite as atividades das empresas.

3.4. Pesquisas e outras informações

3.4.1. www.pbh.gov.br

3.4.2. <https://www.facebook.com/prefeiturabh>

3.4.3. <https://www.instagram.com/prefeiturabh/>

3.4.4. <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, definição e utilização dos instrumentos e canais de comunicação contemporâneos com vistas a assegurar a circulação e o acesso a informações qualificadas, de interesse público, sobre o Poder Executivo e o Município. A política de comunicação desenvolvida pela Subsecretaria de Comunicação Social do Município – SUCOM com a sociedade respeita os princípios da liberdade de expressão e da liberdade de imprensa. A atuação da SUCOM é pautada pelo respeito à diversidade social, cultural, étnica, religiosa e étnica da população.

A SUCOM 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 a gestão 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 Subsecretaria de Comunicação Social 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 ferramentas e 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 SUCOM, objeto de cada campanha e cada peça publicitária, serão pautados em consonância com os Projetos Estratégicos e Projetos Transformadores apresentados no PPAG vigente, no qual foram definidas dez Áreas de



Resultado que explicitam os objetivos estratégicos dos vários campos de atuação da Prefeitura e que 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. Esforços anteriores de comunicação – Principais temas das campanhas publicitárias executadas no período de 2017-2019

IPTU – Campanha para informar sobre a obrigatoriedade, descontos e prazos para pagamento do 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 E POLIOMIELITE – Campanha que esclarece a importância de vacinar crianças de uma faixa etária específica contra o sarampo e a poliomielite. Ela informa o período e em quais equipamentos públicos municipais de saúde a vacina pode ser tomada.

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.

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 incentivar a reflexão e a adoção de comportamentos mais responsáveis no trânsito em motoristas, pedestres, ciclistas e motociclistas.

NOVA FROTA – Campanha informativa sobre a operação dos novos ônibus convencionais equipados com ar-condicionado e suspensão a ar que garantem mais conforto para os usuários do transporte coletivo de Belo Horizonte.

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.

SIU MOBILE – Campanha sobre as funcionalidades do aplicativo SIU Mobile que disponibiliza informações diversas sobre o transporte coletivo da cidade. Por meio do aplicativo, os usuários do transporte coletivo podem obter informações sobre a previsão dos horários de chegada do ônibus nos pontos de espera das diversas linhas municipais.



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.

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.

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 das ações 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 “PREVENÇÃO DE ENCHENTES”.

A ocorrência de enchentes e inundações é um dos problemas mais dramáticos nas grandes cidades brasileiras, pois provocam estragos, perdas materiais e, em alguns casos, irreparáveis, perda de vidas. Com o acelerado desenvolvimento urbano e a sua crescente complexidade, entidades e estudos internacionais¹ alertam governos e sociedade civil sobre a importância de ambos trabalharem em sinergia para tornar as cidades cada vez mais inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis para todos. Assegurando maior eficiência na gestão dos recursos, melhor capacidade de resposta e adaptação às mudanças climáticas e

¹ Cúpula das Nações Unidas sobre o [Desenvolvimento Sustentável](#), em setembro de 2015.



reduzindo significativamente o número de mortes e o número de pessoas atingidas por catástrofes relacionadas à gestão das águas.

Nesse sentido, o poder público municipal deve atuar na gestão e desenvolvimento da zona urbana com o objetivo de identificar os problemas e propor soluções e formas de gestão em consonância tanto com as metas acima delineadas quanto com particularidades de cada comunidade envolvida.

Durante todo o ano, a Prefeitura de Belo Horizonte desenvolve ações permanentes para redução de riscos de enchentes e para a proteção da população contra desastres. Esse esforço envolve um trabalho integrado que contempla as nove regionais da cidade e diversos órgãos da administração municipal. São realizadas: vistorias e ações de monitoramento constantes; obras de contenção de encostas; limpezas de galerias, bocas de lobo e fundos de vales de córregos; construção e manutenção de bacias de retenção e detenção de águas pluviais; ampliação de redes de microdrenagem; intensificação dos serviços básicos de zeladoria da cidade, tais como poda, capina e roçagem; indução à recuperação e revegetação de áreas degradadas; urbanização de vias públicas em vilas e favelas, cujas intervenções visam à correção de riscos geológicos e à instalação adequada de redes de água e esgoto; ampliação das áreas com serviço de coleta de lixo domiciliar; ampliação das soluções para coleta seletiva e gestão de resíduos especiais; ações de combate e fiscalização a depósitos clandestinos de lixo e entulhos; atendimento especializado e multidisciplinar a famílias em situação de vulnerabilidade e a capacitação dos moradores que residem em áreas de risco existentes na cidade.

Nota-se que o conjunto de ações é amplo, complexo e disseminado por toda a cidade. Por isso, dentre todas as atividades realizadas pelo governo municipal, alguns projetos e ações, dada a sua relevância para o desenvolvimento sustentável e seguro da cidade, demandam maior esforço de comunicação para seu acompanhamento e reconhecimento por parte da população.

Nesse sentido, o Município de Belo Horizonte almeja, por meio dessa campanha de comunicação:

- A. Apresentar à população alguns dos principais problemas históricos e sociais relacionados à ocorrência de enchentes e gestão das águas na cidade (detalhamentos no apêndice I);
- B. Prestar contas à população de Belo Horizonte apresentando e detalhando dois empreendimentos específicos desenvolvidos pela Prefeitura que objetivam melhorias na capacidade de drenagem e escoamento de águas na cidade (detalhamentos sobre os empreendimentos no apêndice I);



C. Apresentar à população os principais benefícios desses investimentos (detalhamentos sobre os empreendimentos no apêndice I);

D. Incentivar a compreensão e a responsabilidade por parte do cidadão ao que se refere à destinação responsável de resíduos sólidos, esclarecendo que práticas irregulares e descompromissadas com a preservação do meio ambiente, promovem estragos e prejuízos diversos a toda a população.

E. Instruir a população sobre como proceder responsabilmente em casos de chuvas e enchentes (detalhamentos sobre os procedimentos recomendados no apêndice II).

Público-alvo: população de Belo Horizonte.

Verba referencial: R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais).

Período: 30 dias corridos.

4. Metas físicas

4.1. Os serviços, objeto desta contratação, serão divididos em 03 (três) lotes, conforme definido a seguir:

a) Lote 01: Administração Direta, Autarquias e Fundações.

b) Lote 02: Órgão integrante: BELOTUR - Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A.

c) Lote 03: Órgãos integrantes: BHTRANS/FTU - Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte S/A./ Fundo de Transporte Urbano.

4.2. O objeto da presente Concorrência será adjudicado a 03 (três) agências, obedecida a ordem de classificação, as quais serão contratadas mediante instrumentos contratuais, da seguinte forma:

4.2.1. A agência adjudicada para o Lote 01 firmará contrato individual com o Município de Belo Horizonte.

4.2.2. As agências adjudicadas para o Lote 02 e 03 firmarão contratos individuais com cada entidade da Administração Indireta.

4.3. As contratadas atuarão de acordo com solicitação da Subsecretaria de Comunicação Social - SUCOM.



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\$ 57.500.000,00 (cinquenta e sete milhões e quinhentos mil reais), sendo o instrumento celebrado individualmente pelo Município (Lote 1) estimado em R\$ 46.000.000,00 (quarenta e seis milhões de reais); o celebrado pela Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A. – BELOTUR (Lote 2) estimado em R\$ 8.500.000,00 (oito milhões e quinhentos mil reais), os celebrados pela Empresa de Transporte e Trânsito de Belo Horizonte S.A. – BHTRANS/FTU (Lote 3) R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais).

6.2. Os recursos para a execução dos serviços correrão pelas seguintes dotações orçamentárias definidas para o exercício de 2019:

LOTES	ÓRGÃO	DOTAÇÃO	VALOR (R\$)
LOTE 01	Administração Direta + Autarquias e Fundações	3200.5300.04.131.015.2007.339039.23/64.0300	46.000.000,00
LOTE 02	BELOTUR	2805.0010.23.695.086.2.900.339039.23/64.0300/	8.500.000,00
LOTE 03	BHTRANS/FTU	2710.1100.26.452.060.2.837.0001.339039.23/64.0300	3.000.000,00

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 agência concedido pelos veículos de divulgação;

- para a produção de peças e materiais que não proporcionam às agências o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

- de apoio direto à gestão de comunicação que não proporcionam às agências o desconto de agência 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 Técnica e 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



O procedimento licitatório será processado e julgado por Comissão Especial de Licitação, com exceção 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 exceder a 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 do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe da Subsecretaria de Comunicação Social;
- 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 do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe da Subsecretaria de Comunicação Social;
- 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 do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe da Subsecretaria de Comunicação Social;
- 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 Subsecretaria de Comunicação Social do Município.

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 comprovante 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 Subsecretaria de Comunicação Social do Município.

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

10.1. 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.

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

10.3. 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 Subsecretaria de Comunicação do Município (SUCOM) 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 Subsecretaria de Comunicação Social – SUCOM – 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 SUCOM.
- 12.13. Orientar e acompanhar a produção e distribuição de peças audiovisuais (filmes, spots, novelinhas e etc) aprovadas pela SUCOM.
- 12.14. Definir o material a ser utilizado na distribuição só após sua aprovação pela SUCOM.
- 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 anotarà 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 devidos às 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 subcontratados não 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 completa fiscalização, durante a vigência dos contratos, fornecendo informação, propiciando o acesso à documentação 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 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 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, as contratadas se comprometem 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, 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 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.



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 DVD 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 Direito de 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 objeto contratual, que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

Subsecretaria de Comunicação do Município



APÊNDICE I

Informações sobre os empreendimentos em andamento na cidade a serem abordados na proposta.

1. Contexto histórico

Belo Horizonte, bem como a maioria das grandes cidades brasileiras, vem experimentando ao longo dos últimos anos os efeitos negativos da expansão urbana acelerada, que resulta, entre outras coisas, na ocorrência de inundações frequentes, com prejuízos econômicos, financeiros e, principalmente, sociais. O avanço da urbanização e o conseqüente uso do solo provocaram a redução do armazenamento natural do escoamento fluvial, os quais se transferiram para outros locais no interior da cidade e geraram novas ocorrências de inundações; repetidas a cada estação chuvosa e sempre de forma evolutiva.

Diante desse contexto, a Administração Municipal, preocupada em mitigar as inundações na cidade e aprimorar a eficiência dos sistemas de drenagem de águas, vem investindo em diversas ações, com resultados programados para curto, médio e longo prazo. Do ponto de vista do planejamento das políticas públicas municipais podemos destacar: (i) o *Plano Diretor de Drenagem*; (ii) o *Plano de Obras* da cidade; o (iii) *Programa de Recuperação Ambiental de Belo Horizonte (Drenurbs)*; (iv) a elaboração de *Estudos de Modelagem Matemática Hidrológica e Hidráulica do Sistema de Macrodrenagem de BH*; (v) a elaboração da *Carta de Inundações* de BH; (vi) o Plano Municipal de Saneamento de Belo Horizonte; (vii) a criação dos *Núcleos de Alerta de Chuvas*; (viii) a instalação de *Placas Educativas* em áreas de risco; (ix) a implementação de *Sistema de Alertas* à população; e (x) a implantação do *Sistema de Monitoramento Hidrológico e Alerta contra Inundações de BH*. Todos esses instrumentos, trabalhados de maneiras integrada, orientam os projetos desenvolvidos e os financiamentos captados pela Prefeitura para realização de obras estruturantes e/ou corretivas na cidade. De uma forma geral, as intervenções estruturantes são classificadas em três eixos principais de atuação:

1. Urbanização de Vilas e Favelas;



Que incluem a construção de vias, espaços públicos e novas moradias, intervenções que visam à correção de riscos geológicos e a instalação adequadas de redes de água, esgoto, energia e iluminação pública.

2. Tratamentos de Fundo de Vale e Saneamento Integrado;

Que incluem intervenções subterrâneas, ampliação de redes de microdrenagem e limpeza de cursos de água a céu aberto.

3. Implantação de dispositivos de Controle de Cheias e Redução do Risco de Inundações.

Que incluem a construção e manutenção de bacias de retenção e detenção de águas pluviais; obras de contenção de encostas; implantação de parques ciliares; dentre outros.

i. Paralelamente aos projetos de longo prazo, outras diversas ações são realizadas no cotidiano da cidade, tais como:

- (i) vistorias e ações de monitoramento constantes;
- (ii) limpezas de galerias, bocas de lobo e fundos de vales de córregos;
- (iii) intensificação dos serviços básicos de zeladoria da cidade, tais como poda, capina e roçagem;
- (iv) indução à recuperação e revegetação de áreas degradadas;
- (v) ampliação das áreas com serviço de coleta de lixo domiciliar;
- (vi) ampliação das soluções para coleta seletiva e gestão de resíduos especiais;
- (vii) ações de combate e fiscalização a depósitos clandestinos de lixo e entulhos;
- (viii) atendimento especializado e multidisciplinar a famílias em situação de vulnerabilidade;
- (ix) capacitação dos moradores que residem em áreas de risco existentes na cidade.

Nos últimos anos, estima-se que Belo Horizonte já tenha investido, aproximadamente, 1,14 bilhão de reais em empreendimentos que atuam na prevenção e resposta emergencial a inundações. Hoje, por meio do PAC 2, do Governo Federal, a Prefeitura possui cerca de R\$ 290 milhões assegurados para elaboração de projetos executivos e novas obras. Contudo, estima-se que ainda serão necessários cerca de R\$ 5 bilhões para solucionar os problemas sanitários históricos da cidade, incluindo aqueles relativos à drenagem urbana.



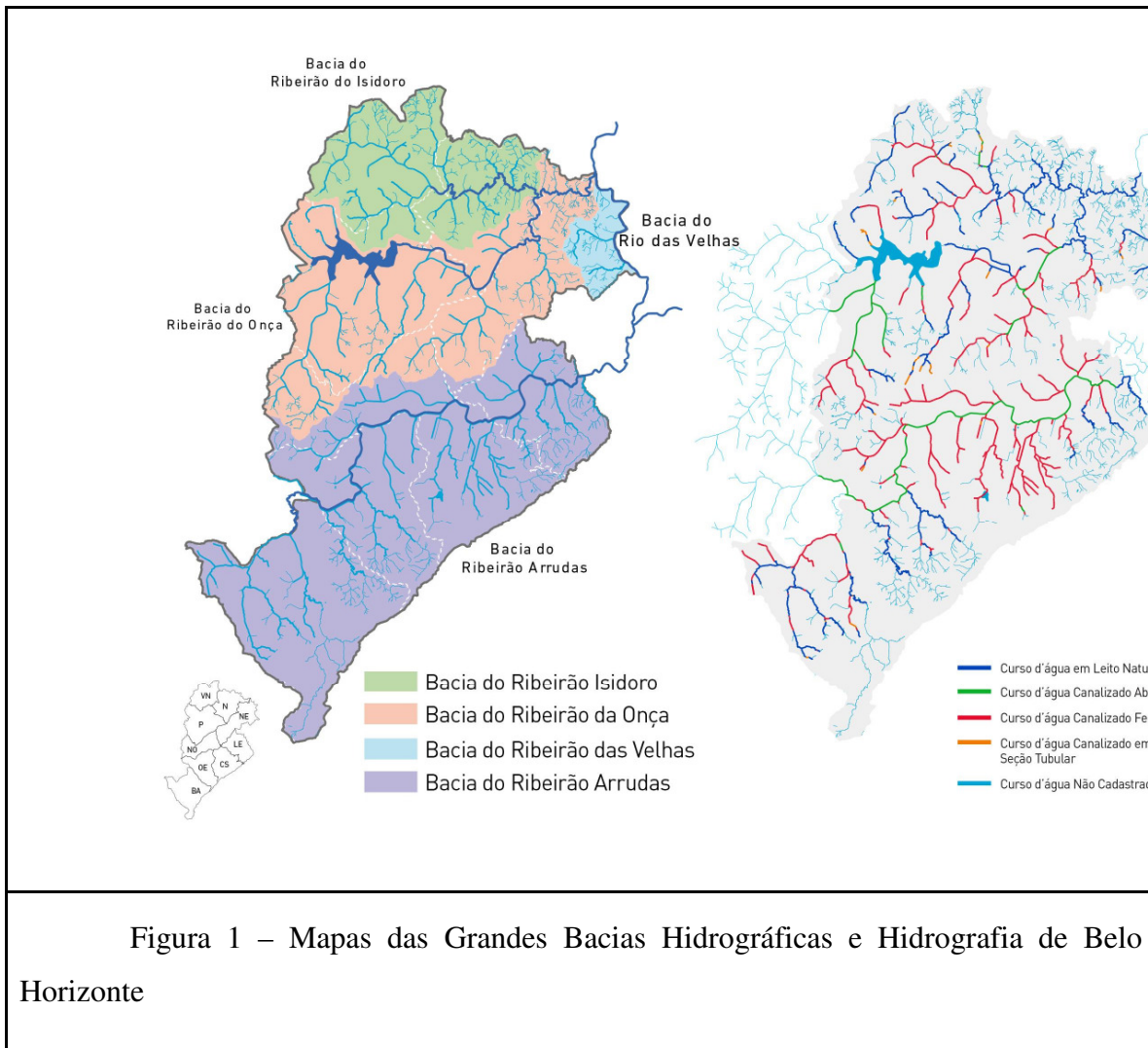
É importante entender que em qualquer ambiente natural, no período de chuvas intensas, as vazões de água podem atingir tal magnitude que chegam, eventualmente, a superar a capacidade de escoamento da calha do curso d'água e, por isso, extravasam para áreas marginais habitualmente não ocupadas pelas águas. Nesse sentido, é fundamental que se entenda que, apesar dos prejuízos diversos, as inundações são eventos naturais. Assim, não é possível realizar obras que eliminem por completo os riscos dessas ocorrências.

Cada obra terá sempre seu limite de capacidade de resposta, que deverá ser aquele que venha a mitigar adequadamente os efeitos das inundações, tornando-as menos frequentes e garantindo resiliência às áreas de risco. Nesse sentido, além do trabalho de planejamento sustentável e eficiente da cidade, é muito importante que a população se conscientize sobre o manejo adequado de resíduos sólidos no espaço urbano. Práticas irregulares e irresponsáveis - tais como: descarte de lixo e entulho em ruas, lotes vagos, leitos de rio, barragens ou canais - impactam muito no funcionamento da cidade, pois comprometem a capacidade de escoamento e drenagem de águas, potencializam a proliferação de doenças e pragas urbanas, dentre outros problemas sanitários.

2. Detalhamento sobre empreendimentos da Prefeitura a serem destacados na campanha simulada:

Obs.: Os dados apresentados neste apêndice visam exclusivamente fundamentar os objetivos técnicos específicos desta licitação: avaliação da capacidade técnica dos seus concorrentes no desenvolvimento de uma campanha publicitária dentro da temática “prevenção de enchentes”. Assim, para efeito de análise, os números, as representações imagéticas ou os dados sobre os empreendimentos podem ser trabalhados de forma figurativa ou meramente ilustrativa. Deve-se observar, evidentemente, coerência ao tema proposto e adequação aos critérios de análise apresentados no Edital.

2.1. Identificação e Localização das Grandes Bacias Hidrográficas e Hidrografia de Belo Horizonte:



2.2. Túnel/Camarões:

2.2.1. Nome do empreendimento:

“Obras de prevenção de enchentes nas Bacias Túnel/Camarões”.

2.2.2. Valor:

Valor Total do Investimento: R\$ 183 milhões (PAC-2 e Fundo Municipal de Saneamento - FMS).

2.2.3. Entidade Responsável pela Execução:

- Prefeitura de Belo Horizonte / Secretaria Municipal de Obras e Infraestrutura
- Superintendência de Desenvolvimento da Capital (Sudcap)