

## EDITAL DE LICITAÇÃO

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº.23183/DMKT/2012**

**MODALIDADE: CONCORRÊNCIA Nº. 002/2012**

**TIPO: MELHOR TÉCNICA E PREÇO**

**OBJETO:** Contratação de empresa para a prestação de serviços de consultoria e pesquisa, visando a elaboração de um plano de ações estratégicas de marketing para Belo Horizonte e o aprimoramento do plano de marketing atual (Plano Horizonte), conforme especificações, condições e atribuições dispostas no Anexo I.

### **1 PREÂMBULO**

**1.1 A EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S/A - BELOTUR**, inscrita no CNPJ/MF sob o n. 21.835.111/0001-98, com sede na Rua Aimorés, n. 981, 6º andar, Bairro Funcionários, Belo Horizonte, MG, torna público que realizará licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, tipo Técnica e Preço, para Contratação de empresa para a prestação de serviços de consultoria e pesquisa, visando a elaboração de um plano de ações estratégicas de marketing para Belo Horizonte e o aprimoramento do plano de marketing atual (Plano Horizonte) nos termos da Lei n. 8.666/93; Lei Complementar n. 123/06; Decreto Municipal n. 11.245/03, observadas as normas e condições fixadas neste Edital e os seguintes anexos que o integram:

**ANEXO I – Termo de Referência**

**ANEXO II – Modelo de Proposta de Preço**

**ANEXO III – Modelo de Planilha Orçamentária**

**ANEXO IV – Minuta do Contrato de Prestação de Serviços**

**1.2** O certame será conduzido pela Comissão Especial de Licitação instituída pela BELOTUR.

**1.3** Os documentos relativos ao presente certame deverão ser acondicionados em 3 (três) ENVELOPES OPACOS DISTINTOS, os quais deverão estar LACRADOS e RUBRICADOS NO LACRE:

**ENVELOPE I – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**ENVELOPE II – PROPOSTA TÉCNICA**

**ENVELOPE III – PROPOSTA DE PREÇO**

**1.5 PUBLICAÇÕES:** Os resultados de julgamentos, recursos, impugnações e esclarecimentos serão publicados exclusivamente no Diário Oficial do Município de Belo Horizonte – DOM.

- 1.6 SESSÃO PÚBLICA DE ABERTURA DO ENVELOPE I – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:** Prevista para o dia 18/05/2012, às 10h00min, na Rua Aimorés, n. 981, 5º andar, Sala de Reuniões, Belo Horizonte, MG.

## **2 OBJETO**

Esta licitação tem por objeto a contratação de empresa para prestação de serviços de consultoria e pesquisa, visando a elaboração de um plano de ações estratégicas de marketing para Belo Horizonte e aprimoramento do Plano de Marketing atual (Plano Horizonte) nas condições e especificações contidas no ANEXO I – Termo de Referência, documento que detalha e regula o objeto do presente certame.

## **3 DO CREDENCIAMENTO E REPRESENTAÇÃO**

- 3.1** O credenciamento será realizado na sessão pública.

- 3.2** O representante deverá apresentar carteira de identidade ou documento equivalente e ainda:

**3.2.1.** Se proprietário, apresentar original ou cópia autenticada do documento constitutivo da empresa e da última alteração, onde constem expressamente poderes de representação para exercer direitos e assumir obrigações.

**3.2.2.** Se representante legal, apresentar procuração por instrumento particular ou público, com poderes para formular lances e praticar os demais atos pertinentes ao certame.

**3.2.2.1.** Na hipótese de procuração por instrumento particular, a mesma deverá vir acompanhada de cópia autenticada do documento constitutivo do proponente ou de outro documento em que esteja expressa a capacidade / competência do outorgante para constituir mandatário.

- 3.3** O representante não poderá ofertar lances ou interpor recursos caso não apresente a documentação necessária para o credenciamento.

## **4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

**4.1.** Poderão participar deste procedimento os interessados que atenderem a todas as exigências contidas neste edital e seus anexos.

**4.2 NÃO** poderão participar desta licitação, além dos casos expressamente previstos na Lei n. 8.666/93:

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL  
Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071  
Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitações.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitações.belotur@pbh.gov.br)

- a) Empresas reunidas em Consórcio, independentemente de sua forma de constituição;
- b) Empresas que se encontrarem sob falência, concordata suspensiva, concordata preventiva, procedimento de recuperação judicial ou extrajudicial, concurso de credores, dissolução ou liquidação;
- c) Empresas que tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal;
- d) Empresas que tenham sido punidas com a suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública Municipal, nos termos da legislação vigente;
- e) Empresas estrangeiras que não funcionem no país ou que não estejam devidamente autorizadas a funcionar, nos termos da legislação vigente; e
- f) Empresas das quais participem, direta ou indiretamente: Empregado, Membro do Conselho ou Diretoria da (i) Belotur; da (ii) Prefeitura Municipal de Belo Horizonte; e/ou de (iii) Entidades da Administração Indireta do Município de Belo Horizonte.

## 5 DA POSSIBILIDADE DE SUBCONTRATAÇÃO

- 5.1 Poderá ser admitida a subcontratação de profissional autônomo, empresário individual civil ou comercial, sociedade simples ou empresária, para o atendimento de necessidade específica que se verifique durante a realização dos trabalhos, desde que:
- a) Sua experiência e notória especialização deverá ser comprovada na classe de subcontratada, através de atestado que comprove sua aptidão para o desempenho de atividades de Consultoria e Pesquisa com ênfase em Marketing Turístico; e
  - b) A escolha a respeito da subcontratação seja validada pela Comissão de Acompanhamento do Plano de Marketing da Belotur, conforme **Portaria BELOTUR Nº 049/2001**.
- 5.2 Em caso de subcontratação, não será estabelecido qualquer vínculo entre a BELOTUR e a(s) Subcontratada(s), permanecendo a Contratada responsável pelo integral cumprimento das obrigações estabelecidas no Contrato firmado com a BELOTUR, respondendo a Contratada pela qualidade e integralidade dos serviços objeto de subcontratação.

- 5.3 A Contratada deverá inserir no(s) contrato(s) firmado(s) com eventuais Subcontratada(s) cláusula estabelecendo responsabilidade solidária relativa à execução do serviço subcontratado.

## 6 DA ENTREGA DOS ENVELOPES

- 6.1 **Data e Local para Entrega dos Envelopes:** Até as 09h30minh do dia 18/05/2012, na Rua Aimorés, n. 981, 5º andar, Sala de Reuniões da Comissão Especial de Licitação, Belo Horizonte, MG. Não serão considerados envelopes entregues em data, horário ou local distintos daqueles previstos neste item.

- 6.2 Deverão ser entregues 3 (três) ENVELOPES OPACOS DISTINTOS, os quais deverão estar LACRADOS e RUBRICADOS NO LACRE, observando-se a seguinte numeração:

**ENVELOPE I – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**ENVELOPE II – PROPOSTA TÉCNICA**

**ENVELOPE III – PROPOSTA DE PREÇO**

- 6.3 Cada um dos 3 (três) envelopes deverá ser identificado na parte externa e frontal com os seguintes dizeres:

### **Quadro 01 – Identificação Padrão dos Envelopes**

**ENVELOPE I - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**CONCORRÊNCIA N. 002/2012**

**EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S/A –  
BELOTUR**

**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

**DENOMINAÇÃO SOCIAL: [inserir]**

**CNPJ: [inserir]**

**ENVELOPE II – PROPOSTA TÉCNICA**

**CONCORRÊNCIA N. 002/2012**

**EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S/A –  
BELOTUR**

**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

**DENOMINAÇÃO SOCIAL: [inserir]**

**CNPJ: [inserir]**

**ENVELOPE III – PROPOSTA DE PREÇO**

**CONCORRÊNCIA N. 002/2012**

**EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S/A –  
BELOTUR**

**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

**DENOMINAÇÃO SOCIAL: [inserir]**

**CNPJ: [inserir]**

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL

Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071

Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitações.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitações.belotur@pbh.gov.br)

## **7 DA ABERTURA DOS ENVELOPES**

**7.1** Data Horário e Local **para Abertura do ENVELOPE I – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**: 18/05/2012 às 10h00min, na Rua Aimorés, nº. 981, 5º andar, Sala de Reuniões, Belo Horizonte, MG. Não serão considerados envelopes entregues em data, horário ou local distintos daqueles previstos neste item.

**7.2** Os demais envelopes serão abertos posteriormente, em data, hora e local a serem oportunamente divulgados pela Comissão Especial de Licitação, observado o disposto no artigo 43, inciso III, da Lei Federal 8.666/93.

## **8 DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO**

**8.1** A abertura dos envelopes indicados na seção 7 acima será realizada em sessões públicas, da qual se lavrarão atas circunstanciadas, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes previamente credenciados das Proponentes presentes.

**8.2** Na sessão pública de habilitação, conforme item 7.1 acima, os envelopes contendo os documentos de habilitação serão abertos pela Comissão Especial de Licitação que fará a conferência e dará vista à documentação aos representantes credenciados presentes, os quais deverão rubricá-la.

**8.2.1.** Neste ato público, a Comissão Especial de Licitação e os representantes credenciados deverão conhecer e rubricar o lacre dos envelopes contendo as Propostas Técnicas e as Propostas de Preço, em seu fecho, a fim de atestar e garantir sua inviolabilidade.

**8.2.2.** Uma vez iniciada a abertura dos envelopes, não serão permitidas quaisquer retificações que possam influir no resultado final deste certame.

**8.2.3.** Não será admitida, em nenhuma hipótese, a participação de proponente que tenha entregado os envelopes em data, horário ou local diferente dos designados neste Edital, salvo na condição de ouvinte.

**8.3** Uma vez abertos os envelopes contendo os Documentos de Habilitação, a Comissão Especial de Licitação poderá, a seu critério, suspender a sessão para análise da documentação.

**8.4** Em caso de suspensão será marcada uma nova sessão, a qual será previamente divulgada mediante publicação no Diário Oficial do Município – DOM.

**8.5** Caso a sessão não seja suspensa, a Comissão de Licitação decidirá sobre a habilitação das Proponentes.

- 8.6** As Proponentes que deixarem de apresentar quaisquer dos documentos de habilitação exigidos ou que apresentá-los em desacordo com o estabelecido neste Edital serão inabilitadas, não se admitindo complementação ou retificação posterior.
- 8.7** Após a consideração de eventuais recursos interpostos por Proponentes inabilitadas, a Comissão Especial de Licitação deverá devolver os envelopes contendo a Proposta Técnica e a Proposta de Preços devidamente fechados.
- 8.8** A inabilitação de Proponente importa na perda do direito de participar das fases subsequentes do certame.
- 8.9** Concluída a fase de habilitação das proponentes, a Comissão Especial de Licitação fixará a data, hora e local da sessão pública de abertura dos envelopes contendo as Propostas Técnicas, a qual será divulgada mediante publicação no Diário Oficial do Município – DOM, além de outros meios disponíveis (e-mail, telefone, carta etc.), a critério da Comissão Especial de Licitação.
- 8.10** Após a conclusão da fase de habilitação não será facultado às Proponentes desistir das propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Especial de Licitação.
- 8.11** Concluída a fase de habilitação das Proponentes e uma vez abertos os envelopes contendo as Propostas Técnicas, não se admitirá desclassificação por motivo relacionado a requisitos de habilitação, salvo em razão de fatos supervenientes ou conhecidos após o resultado do julgamento das Propostas Técnicas.
- 8.12** A abertura dos envelopes contendo as Propostas Técnicas far-se-á mediante a observância e conclusão de qualquer uma das seguintes condições:
- 8.12.1.** Declaração de habilitação formalizada em sessão pública com a presença dos representantes credenciados das Proponentes, que neste ato poderão renunciar ao direito de recorrer contra a decisão proferida, o que será lavrado em ata, procedendo-se imediatamente com a abertura da Proposta Técnica ou com a publicação da habilitação no Diário Oficial do Município - DOM; ou
- 8.12.2.** Abertura de vista ao processo licitatório, que se dará durante a sessão pública de declaração de habilitação e o transcurso do prazo recursal, desde que requerida, no último caso, por meio de documento escrito dirigido ao Presidente da Comissão Especial de Licitação; ou



**8.12.3.** Observância do prazo recursal de 05 (cinco) dias úteis, a contar da publicação do resultado da habilitação no Diário Oficial do Município – DOM, sem que tenha havido interposição de recurso; ou

**8.12.4.** Decisão dos recursos interpostos, conforme o caso, observados os prazos de impugnação e decisão de que tratam os parágrafos 3º e 4º do Art. 109 da Lei n. 8.666/93, conforme alterada.

**8.13** A abertura dos envelopes contendo as Propostas de Preço ocorrerá:

**8.13.1.** Na data de divulgação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, caso todos os proponentes renunciem por escrito ao direito de interpor recurso nessa etapa do certame, o que deverá ser lavrado em ata; ou

**8.13.2.** No prazo de 05 (cinco) dias úteis contados da data da publicação no Diário Oficial do Município do resultado do julgamento das Propostas Técnicas e, havendo recurso, após sua análise.

**8.14** Havendo recurso contra o resultado da análise das Propostas Técnicas, após o seu julgamento, a Comissão Especial de Licitação fixará a data de abertura dos envelopes contendo as Propostas de Preço e convocará as Proponentes para a sessão pública, a qual será divulgada mediante publicação no Diário Oficial do Município – DOM, além de outros meios disponíveis (e-mail, telefone, carta etc.), a critério da Comissão Especial de Licitação.

**8.15** Caso não haja tempo suficiente para abertura dos envelopes em uma única sessão, em face do exame da documentação e da análise de conformidade das propostas apresentadas, os envelopes não abertos, já rubricados no lacre, ficarão em poder da Comissão Especial de Licitação até a data e horário fixados para prosseguimento dos trabalhos.

**8.16** Fica facultado à Comissão Especial de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase desta CONCORRÊNCIA, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente das propostas apresentadas pelas Proponentes.

## **9 DA HABILITAÇÃO – ENVELOPE I**

**9.1** Nesta fase serão conhecidas e analisadas a Comprovação de Cadastramento (engloba Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal e Qualificação Econômico-Financeira) e a Qualificação Técnica das Proponentes.

**9.2** Os documentos e as informações necessárias à Habilitação serão

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL

Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071

Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitacoes.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitacoes.belotur@pbh.gov.br)

apresentados organizados na seqüência a seguir:

- a) Introdução - Deverá conter as seguintes informações: (i) razão social da Proponente; (ii) endereço completo (inclusive CEP), (iii) informações de contato (fax, telefone, e-mail, (iv) nome, qualificação e dados para contato da pessoa física representante legal do proponente nesta licitação, e (v) identificação e assinatura de representante legal da empresa.
- b) Capítulo I – Comprovação de Cadastramento, conforme exigências do item 9.3.
- c) Capítulo II – Qualificação Técnica, conforme exigências do Item 9.6 deste Edital.
- d) Capítulo III – Declarações, conforme exigências do Item 9.8 deste Edital.
- e) Capítulo IV – Comprovação de Qualificação Econômico e Financeira, conforme exigências do item 9.9 deste Edital.

**9.3 No Capítulo I – Comprovação de Cadastramento**, os seguintes documentos deverão ser apresentados:

- a) Certificado de Registro Cadastral do SUCAF (Sistema Único de Cadastro de Fornecedores da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte) válido, observado o disposto no item 9.3 acima, ou

**9.3.1 Se não cadastrado no SUCAF, deverá apresentar toda documentação relacionada abaixo:**

**9.3.1.1. Habilitação Jurídica:**

- a) Registro comercial, em caso de empresa individual;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedade por ações;
- c) Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL  
Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071

Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitacoes.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitacoes.belotur@pbh.gov.br)



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 das atividades comerciais e à Administração da empresa, ou a última alteração consolidada.

### **9.3.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista:**

**a)** Prova de inscrição Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ/MF);

**b)** 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;

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

**d)** Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, conforme artigo 29 da Lei 8.666/93 alterado pelo art. 3º da Lei 12.440/ 2011.

**9.4** Na data fixada para entrega dos envelopes, conforme item 1.4 deste Edital, a Comissão Especial de Licitação fará consulta à base de dados do SUCAF para emissão do documento Situação do Fornecedor em nome de todas as Proponentes.

**9.5** A Proponente cadastrada no SUCAF e que possua qualquer documento em situação irregular, deverá incluir, até a data fixada para entrega dos envelopes (vide item 1.4 deste Edital), documento substituto que comprove a regularidade do documento indicado na consulta como irregular, sob pena de inabilitação.

**9.6** No **Capítulo II – Qualificação Técnica**, os seguintes documentos deverão ser apresentados:

**a)** Demonstração da capacitação técnica da Proponente, para executar os trabalhos de que trata o item 2 deste Edital, por meio da apresentação de um ou mais **atestados obrigatórios** que comprove(m) a experiência na execução das atividades enumeradas, emitido por pessoa jurídica, nacional ou internacional, de direito público ou privado.

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL

Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071

Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitacoes.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitacoes.belotur@pbh.gov.br)

**9.7** O(s) atestado(s) referidos na letra “a” acima deverá(ão) conter: razão social e dados de identificação da proponente (CNPJ, endereços, telefones, fax); afirmação de que a proponente prestou serviços com qualidade nas atividades mencionadas no objeto deste edital; local e data de emissão; nome, cargo, telefone, fax, e-mail e a assinatura do responsável pela veracidade das informações prestadas.

**9.8** No **Capítulo III – Declarações**, os seguintes documentos deverão ser apresentados:

**a)** Declaração emitida pela Proponente atestando a inexistência de fatos impeditivos para habilitação, conforme modelo a seguir:

#### **Quadro 02 – Modelo de Declaração de Inexistência de Fatos Impeditivos**

##### **DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS**

*[inserir nome e qualificação completa]* DECLARA, sob as penas da lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação na CONCORRÊNCIA Nº 002/2012, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

*[inserir local e data]*

*[inserir nome e assinatura do representante legal da Proponente]*

**b)** Declaração emitida pela Proponente, nos termo do artigo 7º, inciso XXXIII, da CF/88, de que não emprega em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, menores de 18 (dezoito) anos, ou, em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, conforme modelo a seguir:

#### **Quadro 03 – Modelo de Declaração de Menores**

##### **DECLARAÇÃO**

*[inserir nome e qualificação completa]* DECLARA, sob as penas da Lei, que não emprega em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, menor de 18 (dezoito) anos ou em qualquer trabalho menor de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos.

*[inserir local e data]*

*[inserir nome e assinatura do representante legal do proponente]*

**9.9** No **Capítulo IV – Qualificação Econômico Financeiro**, os seguintes documentos deverão ser apresentados:

**9.9.1.** Apresentar o balanço patrimonial e demais demonstrações contábeis do último exercício social, já exigível e apresentado na forma da lei:

**a)** Para sociedades regidas pela Lei 6.404/76 (Sociedade Anônima): publicados em Diário Oficial ou em jornal de grande circulação ou fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio do fornecedor ou em outro órgão equivalente;

**b)** Para as demais empresas, cópias legíveis e autenticadas do Balanço Patrimonial e a demonstração do resultado do último exercício social, com os respectivos termos de abertura e de encerramento registrados na Junta Comercial ou órgão competente;

**c)** Para sociedade criada no exercício em curso: fotocópia do Balanço de Abertura devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do fornecedor ou em outro órgão equivalente;

**9.9.2.** O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade.

**9.9.3.** Apresentar o memorial de cálculo dos Índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, independentemente da apresentação do balanço patrimonial, sendo considerada habilitada a empresa que apresentar resultado igual ou maior do que 01 (um), em todos os índices aqui mencionados:

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

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

**9.10** As microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de **regularidade fiscal**, mesmo que esta apresente alguma restrição.

**9.10.1.** Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, a devida regularização ocorrerá conforme disposto em lei.

**9.10.2.** A documentação referente à regularidade fiscal é mencionada no art. 29 da Lei 8.666/93.

**9.11** Para efeito do julgamento da habilitação, a CPL considerará como referência para validação dos documentos a data da abertura das propostas.

## **10 DISPOSIÇÕES GERAIS DA HABILITAÇÃO**

**10.1** Os documentos necessários à habilitação, os atestados, os certificados, as certidões, os comprovantes de renovação de cadastro no SUCAF, bem como o protocolo de cadastramento no SUCAF poderão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia autenticada por tabelião de notas ou por um dos membros da Comissão Especial de Licitação através do cotejo com o original.

**10.2** No caso de documentos sem a estipulação oficial do prazo de validade, a Comissão Especial de Licitação aceitará aqueles emitidos até 180 (cento e oitenta) dias corridos anteriores à data prevista no item 1.4 deste edital.

**10.3** Sob pena de inabilitação, todos os documentos apresentados deverão estar em nome da Proponente e deverão conter o número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ e respectivo endereço:

**a)** Se a Proponente for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz; ou

**b)** Se a Proponente for um estabelecimento filial, todos os documentos deverão estar em nome do estabelecimento filial.

**10.4** A Comissão Especial de Licitação, em caso de dúvida, poderá efetuar diligências para esclarecer quaisquer informações de interesse do processo licitatório.

**10.5** Somente serão habilitadas nesta CONCORRÊNCIA as Proponentes que atenderem todas as condições de participação e habilitação estabelecidas neste Edital.

**10.6** Serão inabilitadas as Proponentes que:

**a)** Deixarem de atender a qualquer das exigências de participação e habilitação estabelecidas neste Edital;

**b)** Apresentarem documentos vencidos, incompletos, ilegíveis, com emendas, rasuras ou qualquer irregularidade salvo se, inequivocamente, tais falhas não acarretarem lesões ao direito das demais Proponentes, prejuízo à Administração ou não impedirem a exata compreensão de seu conteúdo.

## 11. DO JULGAMENTO DA HABILITAÇÃO

- 11.1** Com base no exame do memorial de cálculo dos índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC) e GS (Grau de Solvência), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, sendo considerada habilitada a empresa que apresentar resultado igual ou maior que 1 (um), em todos os índices aqui mencionados:

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

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

$$GS = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

- 11.2** A empresa que apresentar resultado menor que 1 (um) em qualquer dos índices referidos no subitem acima deverá comprovar patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor da proposta.
- 11.3** Para fins de verificação da validade do Certificado de Registro Cadastral no SUCAF, a Comissão de Licitação procederá consulta “on-line” ao Sistema, quando da abertura da Licitação. Procedida à consulta, serão impressas declarações da situação da proponente (“Situação do Fornecedor”) que será apensada aos documentos das licitantes. Se, no dia e horário marcados para a abertura da licitação, não for possível proceder à consulta no Sistema por problemas com a linha de transmissão ou por qualquer outra razão, a Comissão de Licitação procederá à análise da documentação entregue e, posteriormente fará a consulta, podendo o resultado da análise ser alterada.
- 11.3.1.** Serão julgados inabilitados os interessados, cadastrados no SUCAF, que deixarem de atender ao exigidos no item 9, bem como aquele que estiver com documento(s) vencido(s) no SUCAF na data marcada para a abertura da licitação e não apresentá-lo(s) vigente e ativo no ENVELOPE I.
- 11.3.2.** O documento denominado “Situação do Fornecedor” não substitui o Certificado de Registro Cadastral – CRC, expedido pelo SUCAF.
- 11.4** Serão julgados inabilitados os interessados que deixarem de atender as exigências do item 9 e seus subitens ou que apresentarem os documentos com o prazo de validade vencido e, ainda, que não apresentarem o I.L.C. (Índice de Liquidez Corrente) e I.L.G. (Índice de Liquidez Geral) maior ou igual a 1,0 (um).

- 11.5** A inabilitação da licitante importa preclusão de seu direito de participar da fase subsequente.
- 11.6** A incompleta, errônea ou fraudulenta apresentação dos documentos especificados acima inabilita o interessado, que não participará das fases subsequentes desta licitação, ressalvado o direito a recurso.

## **12 DA PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE II**

- 12.1** A documentação relativa à proposta técnica será avaliada por grupo de trabalho designado, exclusivamente, para este fim, conforme designação feita pelo Presidente da BELOTUR e publicação no Diário Oficial do Município que nesta fase avaliará as condições das proponentes quanto à capacitação técnica para o perfeito cumprimento do objeto desta Licitação. O ENVELOPE II deverá conter a Proposta Técnica, em uma única via, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, com as páginas numeradas em ordem seqüencial, rubricadas pelo representante legal da licitante e assinada na última página, por uma questão de ordem. A proposta técnica versará sobre os seguintes tópicos:

### **12.2 PROPOSTA TÉCNICA**

A Proposta Técnica deverá, por questão de ordem, conter uma Introdução com os dados completos da empresa, e, na sequência, conter os tópicos descritos abaixo:

**12.2.1. Equipe Técnica:** Esta etapa implica a análise e avaliação da experiência e conhecimento dos membros da EQUIPE DE TRABALHO, que será composta por 01(um) Gerente e membros técnicos do proponente, a serem pontuados de acordo com os critérios de pontuação expostos no item 4.1.5. Vale ressaltar que esses profissionais deverão ter Nível superior e titulação maior nas áreas de Marketing, e/ou Estatística, e/ou Turismo, e/ou Comunicação Social.

**a)** Os profissionais integrantes da Equipe Técnica deverão comprovar vínculo de natureza permanente com o proponente por meio da apresentação de cópia da Carteira de Trabalho, em se tratando de vínculo empregatício; ou de Contrato de Prestação de Serviços vigente; ou dos documentos de constituição da empresa que comprovem ser o mesmo sócio ou diretor. Esses documentos deverão ser autenticados em cartório.

**b)** Os profissionais integrantes da Equipe Técnica deverão firmar declaração de que atuarão pessoalmente na execução do Contrato, caso o objeto seja adjudicado à proponente e esta firme o contrato com a BELOTUR. Na mesma declaração, também firmarão o compromisso de conferir tratamento confidencial a todas as informações a que tiverem acesso em função da execução do objeto.



### **Conteúdo da Proposta Técnica:**

I. Sumário;

II. Breve histórico da empresa;

III. Apresentação da empresa, tempo de atuação no mercado, explicitação de seu perfil, infra-estrutura própria e disponível, recursos humanos, endereço;

IV. Experiência da empresa:

Listar projetos realizados, citando clientes, datas e resumo observando as exigências estabelecidas para a pontuação;

V. Equipe de trabalho/Composição e Qualificação:

Apresentar a composição e qualificação da equipe com respectivas atribuições. Deverá constar deste item uma descrição sucinta da formação acadêmica, tempo e experiência profissional dos integrantes da equipe técnica, enfatizando as experiências que apresentem similaridade com as atividades a serem desempenhadas na execução do serviço. É obrigatória a apresentação do currículo dos membros da equipe.

### **12.3 EXPERIÊNCIA DA EMPRESA**

Prova de experiência anterior mediante apresentação dos atestados que comprovem a experiência da empresa. Estes atestados deverão estar em consonância com os critérios de pontuação estabelecidos no Anexo I deste edital.

### **12.4 EQUIPE TÉCNICA**

Apresentação de currículo dos membros da equipe, devidamente comprovado.

### **12.5 CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO**

Para efeito de avaliação e classificação das Propostas Técnicas, a COMISSÃO DE LICITAÇÃO subsidiada em parecer ao Grupo de Trabalho procedera ao julgamento técnico das propostas, com a base no exposto, a avaliação das propostas será efetuada conforme segue:

**Quadro 04 – Critérios de Pontuação da Proponente**

| Atividade  | Pontos por Atestado | Pontuação Máxima |
|--|---------------------|------------------|
| Experiência em implantação de planos de marketing                              | 2                   | 8                |
| Experiência em implantação de planos de marketing de ações públicas            | 2                   | 8                |
| Experiência na construção de Governança envolvendo setores públicos e privados | 2                   | 8                |

**Quadro 05 – Critérios de Pontuação da Equipe do Projeto**

| Requisito   | Pontos por Atestado / Documento | Pontuação Máxima por Membro da Equipe |
|---|---------------------------------|---------------------------------------|
| Profissional com experiência comprovada em desenvolvimento de marketing estratégico de destinos turísticos nacionais.   | 1                               | 5                                     |
| Profissional com experiência comprovada em desenvolvimento de marketing estratégico de destinos turísticos internacionais.  | 2                               | 8                                     |
| Profissional com experiências comprovadas em posicionamento de marketing em destinos na realização de grandes eventos esportivos, como Copas do Mundo, Jogos Pan Americanos e Olimpíadas. | 3                               | 9                                     |
| Profissional que tenha participado de pesquisas de mercado em escala internacional.   | 2                               | 6                                     |
| Profissional que tenha participado de pesquisas de mercado em escala nacional.  | 1                               | 5                                     |
| Profissional em execução de atividades de marketing promocional turístico que tenha participado de campanhas publicitárias nacionais.   | 2                               | 6                                     |
| Profissional com experiência comprovada em Planos Operacionais de Marketing do Setor Turístico que se refiram a estratégias de marca ( <i>branding</i> ) de destinos internacionais.      | 2                               | 6                                     |
| Gerente com experiência em coordenar equipe de implantação de Plano de Marketing  | 2                               | 6                                     |

## 13 DA PROPOSTA MAIS VANTAJOSA

### 13.1 Para classificação da proposta mais vantajosa, a qual a Comissão Especial

de Licitação adjudicará o objeto desta licitação, serão adotados os seguintes procedimentos:

**13.1.1.** A classificação das Propostas Técnicas será feita com base na seguinte fórmula:  **$NPT = 100 \times (T / T_m)$**

Onde:

NPT = Nota da Proposta Técnica em exame, para efeito de classificação final.

T = Pontuação da Proposta Técnica em exame.

T<sub>m</sub> = Pontuação da melhor Proposta Técnica.

**13.1.2.** A classificação das Propostas de Preço será feita com base na seguinte fórmula:  **$NPP = 100 \times (P / P_m)$** ,

Onde:

NPP = Nota da proposta de preços em exame, para efeito de classificação final.

P = Preço da proposta em exame.

P<sub>m</sub> = Menor preço entre as propostas.

**13.2** Para a obtenção da Nota Final (NF = Nota Média Ponderada), as notas da Proposta Técnica terão peso 80 (oitenta) e as notas da Proposta de Preços terão peso 20 (vinte), sendo vencedor o proponente que obtiver a maior NF, de acordo com a seguinte fórmula:

$$NF = \frac{20 (NPT) + 80 (NPP)}{100}$$

Onde:

NF = Nota Final (Nota Média Ponderada).

NPT = Nota da Proposta Técnica.

NPP = Nota da Proposta de Preços.

**13.3** Para efeito de cálculo das NF as notas serão expressas com 02 (duas) casas decimais, desprezando-se os algarismos posteriores.

- 13.4** As propostas serão classificadas pela ordem decrescente dos valores de Nota Final - NF, a partir da maior NF, cuja proposta será considerada a 1º classificada, para a qual será feita a adjudicação do objeto desta licitação.
- 13.5** O objeto desta licitação terá seu valor limitado a **R\$700.600,00 (setecentos mil e seiscentos reais)** de acordo com valor disponibilizado no Convênio firmado com o Ministério do Turismo.

## **14 DO JULGAMENTO E ADJUDICAÇÃO**

- 14.1** O julgamento das propostas será realizado em conformidade com o disposto no inciso III do §1º do Art. 45 da Lei n. 8.666/93 e de acordo com as regras da seção 13 deste Edital, além dos critérios estabelecidos nos itens seguintes.
- 14.2** O objeto desta licitação será adjudicado ao licitante que obtiver a maior Nota Total, conforme a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os critérios fixados na seção 13 deste Edital.
- 14.3** No caso de empate entre duas ou mais propostas, a Comissão Especial de Licitação procederá, obrigatoriamente, sorteio para escolha da vencedora em ato público, na presença dos licitantes empatados, para o qual serão convocados.
- 14.4** Proferida a decisão, depois de decorrido o prazo recursal, o resultado constará de Ata lavrada pela Comissão Especial de Licitação, publicada no Diário Oficial do Município - DOM, salvo se presentes os representantes das Proponentes ao ato em que foi adotada a decisão, oportunidade em que será feita por comunicação direta aos interessados. A referida ata será ainda afixada em local apropriado nas dependências da BELOTUR.
- 14.5** Os atos de que tratam esta seção serão publicados no Diário Oficial do Município – DOM e seu acompanhamento de responsabilidade exclusiva da proponente.
- 14.6** Decididos os recursos eventualmente interpostos, a autoridade competente procederá com a homologação do certame e posteriormente com a adjudicação do objeto, sendo facultada a promoção de diligências, nos termos do § 3º do Art. 43 da Lei nº 8.666/93.

## **15 DOS RECURSOS, IMPUGNAÇÕES E ESCLARECIMENTOS**

- 15.1** Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar os termos deste Edital, desde que protocolize o pedido em até 5 (cinco) dias úteis contados da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação, no endereço indicado no item 1.6 deste Edital.

**15.2** Dos atos da BELOTUR praticados no curso desta licitação será admitida a interposição dos recursos previstos no Art. 109 da Lei n. 8.666/93.

## **16 DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

**16.1** A Contratante se compromete a pagar à proponente vencedora o valor contratado mediante a entrega e aceitação de cada item acima citado de forma individual, conforme sua respectiva conclusão, no prazo máximo de 30 dias após a apresentação do competente documento fiscal. O referido pagamento só será efetivado mediante aprovação formal do trabalho de cada etapa, separadamente e será feito no Brasil, ficando a BELOTUR desobrigada a qualquer envio de remessa internacional (caso haja empresa internacional consorciada ou consultor) e seus conseqüentes tributos.

**16.2** O pagamento de cada uma das etapas fica condicionado à aprovação dos produtos relativos a cada etapa, conforme estabelecido no Termo de Referência, Anexo I deste edital.

**16.3** Juntamente com a Nota Fiscal/Fatura deverão ser apresentadas a Guia de recolhimento do FGTS e Informações à Previdência Social – GFIP, juntamente com a Relação de empregados e da guia de INSS – GPS respectiva, devidamente autenticadas por instituição bancária.

**16.4** Pela execução dos serviços objeto deste Edital, o Contratante pagará à licitante vencedora somente o valor relativo aos serviços efetivamente prestados, desde que aceito e atestado pelo gestor do Contrato, mediante apresentação da Nota Fiscal / Fatura de acordo com os preços fixos e irredutíveis informados na Proposta de Preço.

**16.5** No caso de incorreção nos documentos apresentados, inclusive na Nota Fiscal, ou, de circunstância que impeça a liquidação da despesa, aquele será devolvido à licitante vencedora e o pagamento ficará pendente até que a mesma providencie as medidas saneadoras solicitadas, não acarretando quaisquer encargos para a BELOTUR.

## **17 DAS GARANTIAS CONTRATUAIS**

**17.1** O licitante adjudicatário prestará garantia contratual dos serviços durante a execução do contrato, nos termos do Art. 56 da Lei n. 8.666/93, em uma das modalidades abaixo citadas, no montante de 5% (cinco por cento) do valor que lhe for adjudicado, como condição para assinatura do contrato:

**a)** Caução em dinheiro;

**b)** Caução em Título da Dívida Pública, considerando apenas o seu valor de mercado certificado por Bolsa de Valores;

**c)** Seguro-Garantia, no qual deverá constar cláusula de cancelamento de seguro somente com a anuência do Contratante;

**d)** Fiança bancária fornecida por banco regularmente cadastrado pelo Banco Central – BACEN.

**17.2** Quando a opção for seguro-garantia (alínea “c”), o primeiro pagamento ficará condicionado à apresentação da Apólice de Seguro à BELOTUR.

**17.3** A garantia contratual deverá ser prestada relativamente ao prazo contratual de 12 (doze) meses, devendo ser renovada se houver prorrogação

**17.4** A garantia prestada pela Contratada será liberada ou restituída após o término do contrato, nos termos do Art. 56, § 4º, da Lei n. 8.666/93.

## **18 DAS PENALIDADES**

**18.1** Pela inexecução parcial ou total do Contrato, a Administração poderá aplicar, sempre por escrito, garantida a prévia defesa e o contraditório, a serem exercidos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis da notificação, as seguintes sanções previstas nos termos do Artigo 87 da Lei n. 8.666/93:

**a)** Advertência escrita;

**b)** Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor pago pela BELOTUR até a data de notificação de multa;

**c)** Suspensão temporária dos serviços;

**d)** Rescisão contratual; ou

**e)** Declaração de inidoneidade para contratar com a Administração Pública.

**18.2** A imposição das penalidades dependerá da gravidade do fato que as motivar, considerando-se sua avaliação na situação e circunstâncias objetivas em que ele ocorreu devendo-se notificar o credenciado.

**18.3** As sanções previstas nas alíneas “a”, “c” poderão ser aplicadas juntamente com a sanção da alínea “b”.

**18.4** A imposição de quaisquer das sanções estipuladas neste item não ilidirá o direito da Belotur de exigir o ressarcimento integral dos prejuízos e das



perdas e danos que o fato gerador da penalidade acarretar para si e para terceiros, independentemente da responsabilidade criminal e civil.

- 18.5** O valor da multa será descontado da garantia e, extrapolando esta, dos pagamentos devidos ao contratado ou cobrados judicialmente quando for o caso.
- 18.6** Destaca-se o Diretor-Presidente da Belotur, como autoridade competente para aplicar as penalidades previstas no item 18.1.
- 18.7** Nenhuma parte será responsável perante a outra pelos atrasos ocasionados por motivo de força maior ou caso fortuito.
- 18.8** A critério da Belotur poderão ser suspensas as penalidades, no todo ou em parte, quando o atraso na entrega dos produtos for devidamente justificado pelo PROPONENTE vencedor e aceito pela Contratante, que fixará novo prazo, este improrrogável, para a completa execução das obrigações assumidas
- 18.9** A sanção relativa à suspensão de participar em licitação e de contratar com a Belotur poderá ser também aplicada àqueles que:
- a) Retardarem a execução da licitação;
  - b) Demonstrarem não possuir idoneidade para contratar com a Administração; ou
  - c) Fizerem declaração falsa ou cometerem fraude fiscal.

## **19 DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

- 19.1** A BELOTUR celebrará Contrato de Prestação de Serviços com a Proponente vencedora.
- 19.2** A Proponente vencedora deverá comparecer para assinar o Contrato no prazo máximo de 03 (três) dias úteis contados da data de convocação.
- 19.3** O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma só vez, por igual período, na situação prevista no § 1º do Art. 64, da Lei n. 8.666/93.
- 19.4** Como condição de celebração do Contrato e sua manutenção, a Proponente vencedora deverá manter as mesmas condições de habilitação exigidas na licitação.

- 19.5** O Contrato incluirá as condições estabelecidas neste instrumento convocatório e seus anexos, necessárias à fiel execução do objeto desta licitação.
- 19.6** O contrato terá eficácia legal após a publicação do seu extrato no Diário Oficial do Município de Belo Horizonte – DOM.
- 19.7** Os serviços objeto desta licitação deverão ser executados dentro da melhor técnica, conforme condições do Termo de Referência - Anexo I.
- 19.8** Na hipótese de a Proponente vencedora não atender a condição acima ou recusar-se a assinar o Contrato sem apresentar pertinente justificativa, a BELOTUR convocará a segunda licitante classificada e, assim, sucessivamente, se for o caso, na ordem de classificação, sem prejuízo da aplicação das penalidades previstas pelo não cumprimento dos compromissos assumidos.

## **20 DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

- 20.1** Para análise da documentação ou proposta técnica e de preço, a Comissão Especial de Licitação poderá promover diligência junto aos licitantes, para fins de esclarecimento, em qualquer fase da licitação, conforme disposto no § 3º do Artigo 43 da Lei n. 8.666/93.
- 20.2** A autoridade competente para a aprovação do procedimento somente poderá revogar a licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.
- 20.3** As Proponentes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.
- 20.4** Após apresentação da proposta não caberá desistência, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Especial de Licitação.
- 20.5** As normas que disciplinam esta CONCORRÊNCIA serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, sem comprometimento do interesse da Administração, da finalidade e da segurança na contratação.
- 20.6** Todas as comunicações relativas à licitação serão consideradas como regularmente feitas se entregues por publicações, carta protocolizada, telegrama, fax ou e-mail.

- 20.7** Para as demais condições da execução dos serviços, deverão ser observadas as disposições constantes dos Anexos a este Edital.
- 20.8** As decisões do Presidente e da Comissão Especial de Licitação da BELOTUR serão publicadas no Diário Oficial do Município - DOM, podendo ser aplicado o disposto no § 1º do Art. 109 da Lei n. 8.666/93.
- 20.9** As despesas decorrentes do presente procedimento serão acobertadas pelo convênio n.º. 724421/2009 firmado com o Ministério do Turismo - MTur.
- 20.10** O foro para dirimir questões relativas ao presente Edital será o da Comarca de Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, com exclusão de qualquer outro.
- 20.11** Para fins de consulta dos interessados estará franqueado, em papel, o ato convocatório, devidamente assinado pela autoridade competente, juntamente com seus anexos, no endereço mencionado no item 1.4 deste Edital.

Belo Horizonte, 26 de março de 2012.

GLÁUCIA VELOSO DE MATOS  
Presidente  
Comissão Especial de Licitação

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº. 23.183/PRES/2012**  
**MODALIDADE: CONCORRÊNCIA**

**ANEXO I**  
**TERMO DE REFERÊNCIA**

**ÍNDICE**

- 1) ANTECEDENTES.....
- 2) OBJETO DO CONTRATO.....
- 3) ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS.....
- 3.1) CONTEUDOS ENTREGÁVEIS.....
- 3.2) FORMAS DE APRESENTAÇÃO.....
- 4) PROPOSTA TÉCNICA.....
- 5) ETAPAS DAS ATIVIDADES E CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO.....
- 6) CONDIÇÕES E PRAZOS DE PAGAMENTO.....
- 7) CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO.....
- 8) OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE.....
- 9) OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA.....
- 10) DA POSSIBILIDADE DE SUBCONTRATAÇÃO.....

## 1) ANTECEDENTES

**A.** O movimento de globalização levou à expansão mundial de marcas e produtos. Em relação à economia do turismo, países, estados, regiões e cidades foram capazes de ampliar sua capacidade de promoção institucional e comercial, aprimorando novas estratégias e situando-se no mercado do turismo global, estabelecendo sua identidade e marca. Essas passam a representar uma consolidação do destino no mercado turístico, porém, naquele contexto, entendeu-se igualmente que as novas oportunidades compreendem desafios a serem superados.

**B.** Os exemplos de regiões, cidades e localidades bem sucedidas e capazes de oferecer ambientes receptivos e qualificados são aqueles que fazem a leitura correta e reagem positivamente às mudanças, tornando-se capazes de corresponder, de forma sustentável, aos riscos e benefícios da competitividade. O planejamento estratégico, vinculado ao Marketing e ao *branding* - trabalho de construção e gerenciamento de uma marca junto ao mercado - colaboram no sentido de frisar o autoconhecimento e a preservação dos valores que refletem a imagem do lugar e, neste sentido, alinham-se às ações de sustentabilidade econômica e social do turismo.

**C.** A cidade de Belo Horizonte, capital do Estado de Minas Gerais, possui localização privilegiada na região Sudeste, sendo uma das maiores emissoras de viajantes e turistas do país. Há grandes oportunidades para o desenvolvimento de segmentos turísticos como: arte e cultura, negócios e eventos (profissionais, acadêmicos, etc.), produção associada ao turismo (Cachaça, Gemas e Jóias, Artesanato, etc.), turismo de aventura e ecoturismo (em Belo Horizonte e entorno), compras, entre outros. Divisões territoriais também têm grande relevância como o Centro, a Savassi e a Pampulha. Assim, ações estratégicas específicas devem ser desenvolvidas no sentido de transformar todo o potencial turístico existente em benefícios para a cidade.

**D.** A cidade de Belo Horizonte foi escolhida como uma das sedes da FIFA para a Copa do Mundo de Futebol que será realizada no Brasil no ano de 2014 e Cidade de apoio para as Olimpíadas de 2016 no Rio de Janeiro. Sendo assim, deverá se preparar à altura de forma a deixar como legado posterior, um posicionamento e uma qualidade de alto padrão internacional, seja em sua infraestrutura, seja em seus produtos e serviços turísticos.

**E.** Uma consultoria elaborou em 2006, o Plano de Marketing de Belo Horizonte, visando garantir o desenvolvimento local e regional e a sustentabilidade do município como destino turístico alinhado às ações propostas no Plano Nacional de Turismo 2007-2012 e demais diretrizes propostas pelo Ministério do Turismo; plano esse que deve ser atualizado e alinhado com o Relatório do Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional/Programa de Aumento da Competitividade Territorial a todos os setores que compõem a cadeia do Turismo de Negócios e Eventos de BH e região, nos

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL

Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071

Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitacoes.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitacoes.belotur@pbh.gov.br)

quais existem dados coletados do município que permitem o conhecimento de algumas demandas e oportunidades.

## 2) OBJETIVO

Este termo de referencia tem como objetivo a contratação de empresa para a prestação de serviço de consultoria e pesquisa, visando a elaboração de um plano de ações estratégicas de marketing para Belo Horizonte e o aprimoramento do plano de marketing atual (Plano Horizonte), conforme especificações, condições e atribuições dispostas neste documento que são:

- A.** Diagnosticar a situação atual do turismo em Belo Horizonte para subsidiar as ações estratégicas e o aprimoramento do Plano Horizonte;
- B.** Perceber e identificar as necessidades do Marketing Turístico de Belo Horizonte, através de debates, entrevistas, oficinas e reuniões com os representantes dos órgãos públicos, setor privado, entidades de classe, trade turístico e instituições de ensino superior;
- C.** Identificar como e em que segmentos e produtos de mercado o destino deve atuar, a fim de consolidar a demanda atual e atrair novos mercados consumidores, aumentando de forma sustentável os resultados finalísticos da taxa de ocupação da rede hoteleira, o número de dias de permanência e o gasto médio dos turistas;
- D.** Elaborar e propor ações estratégicas de marketing, visando o posicionamento competitivo de Belo Horizonte;
- E.** Prospectar e propor fontes de recursos para a implementação do Plano de Marketing Atual (Plano Horizonte) e do Plano de Ações Estratégicas de Marketing para Belo Horizonte e para os Produtos Prioritários;
- F.** Analisar a marca de Belo Horizonte junto ao mercado e propor ações de posicionamento;
- G.** As atividades desempenhadas deverão estar em consonância com o plano de trabalho aprovado no Ministério de Turismo.

## 3) ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

Para a execução deste termo de referência a contratada deverá integrar no processo, o setor turístico de Belo Horizonte, definindo e executando:

**A. Pesquisas:** deverão ter dois focos de trabalho: mercado (oferta/demanda) e marca. O primeiro – mercado - objetivando levantar e analisar dados para diagnóstico da situação atual dos produtos turísticos de Belo Horizonte e entorno, elencando os prioritários e concedendo subsídios para a elaboração das demais etapas deste plano de trabalho, bem como perfil e hábitos de consumo dos turistas. O segundo – marca – deverá analisar e posicionar sobre a atual marca turística de Belo Horizonte.

**B.** Estas pesquisas embasarão a construção do Plano de Ações Estratégica para o Marketing de Belo Horizonte e para os produtos prioritários, bem como para a



implementação dos Planos, além de subsidiar as ações de aprimoramento e adequação do Plano de Marketing Atual (Plano Horizonte). Nesta fase, a documentação deverá conter: perfil de cada produto e análise do ambiente externo e da posição competitiva de Belo Horizonte.

**C. Percepções e necessidades acerca do Marketing Turístico de Belo Horizonte:** As percepções e necessidades serão colhidas por meio de debates, entrevistas, oficinas e reuniões com representantes de órgãos públicos, setor privado, entidades de classe do *trade* turístico e instituições de ensino superior de Belo Horizonte que servirão de subsídio para o aprimoramento do Plano de Marketing Atual (plano Horizonte) e para a elaboração do Plano de Ações Estratégicas de Marketing para Belo Horizonte e para os Produtos Prioritários, além da implementação dos referidos Planos. Estas ações devem ser realizadas tendo como referência o COMTUR – Conselho Municipal do Turismo.

**D. Plano de Marketing Horizonte:** O Plano Horizonte deve ser atualizado e aprimorado, visando garantir o desenvolvimento local e regional e a sustentabilidade do município como destino turístico. Devem ser considerados os seguintes estudos / programas:

- I. As diretrizes do Ministério do Turismo
- II. Relatório do Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional
- III. Programa de Turismo de Negócios e Eventos de Belo Horizonte e Região Convênio Setur-MG, IEL/NRMG e BID (Fumin).
- IV. BH Metas e Resultados
- V. Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS

**E. Plano de Ações Estratégicas:** inclui a análise da situação atual, a visão, a missão, os objetivos, a gestão e as estratégias especiais para o posicionamento de marketing de Belo Horizonte e dos produtos prioritários, além das ações estratégicas para a implementação dos referidos planos, estabelecendo fontes de recursos, atores envolvidos, orçamentos, metas, prazos (curto, médio e longo) e indicadores.

### 3.1) CONTEÚDOS/ ENTREGÁVEIS

#### **Primeiro Produto – Pesquisas necessárias ao diagnóstico da situação atual da Marca e do turismo em Belo Horizonte e seus produtos:**

- A. Pesquisa da Demanda Nacional e Internacional, contendo também o perfil e hábitos de consumo dos turistas;
- B. Pesquisa sobre o posicionamento da Marca Turística de Belo Horizonte;
- C. Pesquisa dos Produtos Turísticos de Belo Horizonte, elencando os produtos prioritários e incluindo a descrição da situação e da posição competitiva de cada produto elencado, além de definir os seus mercados alvo;
- D. Pesquisa da Concorrência, identificando os destinos concorrentes, bem como suas vantagens competitivas;

Produtos entregáveis: Relatório da Pesquisa da Demanda Nacional e

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL

Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071

Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitacoes.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitacoes.belotur@pbh.gov.br)

Internacional; Relatório da Pesquisa sobre o Posicionamento da Marca Turística de Belo Horizonte; Relatório da Pesquisa dos Produtos Turísticos de Belo Horizonte (neste relatório deve ser elencados os produtos prioritário, bem como os mercados alvo) e o Relatório da Pesquisa da Concorrência. Estes relatórios devem ser entregues impressos e em mídia eletrônica.

### **Segundo Produto – Percepções e necessidades acerca do Marketing Turístico de Belo Horizonte:**

**A.** Esta etapa inclui as análises das percepções e necessidades do Marketing de Belo Horizonte obtidas nas reuniões com os seguintes grupos de foco do setor turístico: representantes dos órgãos públicos e setor privado; entidades de classe e setor cultural; gastronomia e compras; negócios e eventos e as instituições de ensino superior;

**B.** Produtos entregáveis: Relatório do Grupo Focal Representantes dos Órgãos Públicos e Privados; Relatório do Grupo Focal Entidades de Classe e Setor Cultural; Relatório do Grupo Focal Gastronomia e Compras; Relatório do Grupo Focal Negócios e Eventos e Relatório do Grupo Focal Instituições de Ensino Superior, além das atas, fotos, listas de presença, dentre outras que comprovem a realização dos mesmos. Todos estes relatórios devem ser entregues impressos e em mídia eletrônica.

### **Terceiro Produto – Aprimoramento do Plano de Marketing Atual (Plano Horizonte):**

**A.** Esta fase consiste no aprimoramento do Plano de Marketing Atual (Plano Horizonte). Este aprimoramento deverá levar em consideração as pesquisas realizadas, a análise das percepções e das necessidades do Marketing Turístico de Belo Horizonte, as diretrizes do Ministério do Turismo, O Relatório do Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS, do Programa de Turismo de Eventos e Negócios e do BH Metas e resultados;

**B.** Produto entregável: Plano de Marketing Atualizado. Este documento deve ser entregue impresso e em mídia eletrônica.

### **Quarto Produto – Ações Estratégicas de Marketing para Belo Horizonte:** Deverá incluir os seguintes conteúdos:

**A.** Análise da situação atual do turismo (análise de oferta e demanda e análise SWOT) nos mercados nacional e internacional;

**B.** Análise, revisão e readequação de visão, missão, objetivos e metas para o Marketing Turístico na cidade de Belo Horizonte;

**C.** Definição das estratégias de marketing para: o portfólio de produtos, segmentos e mercados, e posicionamento, sistemas de vendas e de comunicação;

**D.** Definição das estratégias especiais para criar uma imagem diferenciada, atrair novos investimentos, mercados e diversificar os produtos turísticos;

**E.** Definição das estratégias especiais para atrair turistas, aumentar sua permanência e seu gasto médio diário, assim como captação de recursos para estas atividades;

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL

Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071

Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitacoes.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitacoes.belotur@pbh.gov.br)

F. Estabelecimentos de metas, ações, prazos e indicadores para o acompanhamento das ações estratégicas de marketing, bem como as táticas que servirão para a Belotur realizar as ações de promoção turística do setor;

G. Produto entregável: Plano de Ações Estratégicas de Marketing para Belo Horizonte que deverá conter os itens supracitados. Este documento deve ser entregue impresso e em mídia eletrônica.

#### **Quinto Produto – Ações Estratégicas para os Produtos Prioritários:**

Esta fase do projeto envolve a elaboração das ações estratégicas para produtos prioritários identificados no diagnóstico da situação atual da Marca e do turismo em Belo Horizonte e seus produtos e da análise das percepções e das necessidades do Marketing Turístico de Belo Horizonte, tendo, também, como referência as diretrizes do Ministério do Turismo, o Relatório do Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS, o Programa de Turismo de Eventos e Negócios e do BH Metas e resultados.

A. O perfil de cada produto identificado através da análise do ambiente externo e da posição competitiva de Belo Horizonte;

B. Objetivos de marketing, por produto, segmento e localização territorial;

C. Análise da situação e a posição competitiva de cada produto selecionado;

D. Definir as estratégias e estabelecer as táticas que servirão de guia para a Belotur promover, divulgar, comunicar e comercializar estes produtos nos segmentos e mercados determinados;

E. A identificação das fontes de recursos e os atores envolvidos;

F. Produto entregável: Plano de Ações Estratégicas para os Produtos Prioritários que deverá conter os itens supracitados. Este documento deve ser entregue impresso e em mídia eletrônica.

#### **Sexto Produto – Ações Estratégicas para a implementação do Plano de Marketing Atualizado e do Plano de Ações Estratégicas:**

Consiste na elaboração das diretrizes para a implementação das ações estratégicas definidas nos referidos planos.

A. Apresentação das orientações e passos quanto à implantação das ações identificadas e propostas;

B. Identificação das necessidades financeiras para cada ação a ser realizada;

C. Identificação das fontes de recursos e os atores envolvidos;

D. Produto entregável: Plano de Ações Estratégicas para a Implementação do Plano de Marketing Atualizado e do Plano de Ações Estratégicas que deverá conter os itens supracitados. Este documento deve ser entregue impresso e em mídia eletrônica.

**Sétimo Produto – Elaboração de Plano de Ações Estratégicas e o Aprimoramento do Plano de Marketing Atual:** Consiste na versão final da Elaboração de Plano de Ações Estratégicas e o Aprimoramento do Plano de Marketing Atual.

**A.** Produto entregável: Documento final contendo a Elaboração de Plano de Ações Estratégicas e o Aprimoramento do Plano de Marketing Atualizado. Este documento conterá a integração e compilação das etapas anteriores e deverá ser entregue impresso e em mídia eletrônica.

No início do desenvolvimento de cada produto é necessária a apresentação de uma Proposta de Execução, contendo a metodologia a ser empregada que deverá ser validada pela Belotur, bem como os produtos resultantes especificados neste item deverão também ser entregues e validados. Vale ressaltar que os pagamentos estarão condicionados a estas validações.

### 3.2) FORMAS DE APRESENTAÇÃO

Os produtos intermediários e produtos finais deverão ser apresentados e entregues em mídia eletrônica / cd ou dvd (4 cópias) e em mídia impressa (4 vias originais), em português e impressas em qualidade *laserprint* ou similar em papel A4, de acordo com as normas da Associação Brasileira de Normas técnicas – ABNT. Ao final da elaboração dos planos deverá ser realizada uma apresentação formal para a Belotur e seus parceiros da atualização e aprimoramento do Plano Horizonte, do Plano de Ações Estratégicas e de boas praticas para o turismo para a cidade de Belo Horizonte.

Ao final de cada produto do item 3.1) Conteúdos/ entregáveis, deverão ser elaborados e enviados À CONTRATANTE, relatórios técnico das atividades desenvolvidas, contendo cópia da(s) ata(s) de reuniões, com lista de presença; Listas de presença de eventos/oficinas realizadas; Registro fotográfico das atividades realizadas e demais materiais desenvolvidos durante o trabalho.

### 4) PROPOSTA TÉCNICA

**4.1.** A Proposta Técnica deverá, por questão de ordem, conter uma Introdução com os dados completos da empresa, e, na sequência, conter os tópicos descritos abaixo:

**4.1.1. Equipe Técnica:** Esta etapa implica a análise e avaliação da experiência e conhecimento dos membros da EQUIPE DE TRABALHO, que será composta por 01(um) Gerente e membros técnicos do proponente, a serem pontuados de acordo com os critérios de pontuação expostos no item 4.1.5. Vale ressaltar que esses profissionais deverão ter Nível superior e titulação maior nas áreas de Marketing, e/ou Estatística, e/ou Turismo, e/ou Comunicação Social.

**c)** Os profissionais integrantes da Equipe Técnica deverão comprovar vínculo de natureza permanente com o proponente por meio da apresentação de cópia da Carteira de Trabalho, em se tratando de vínculo empregatício; ou de Contrato de Prestação de Serviços vigente; ou dos documentos de constituição da empresa que comprovem ser o mesmo sócio ou diretor. Esses documentos deverão ser autenticados em cartório.

**d)** Os profissionais integrantes da Equipe Técnica deverão firmar declaração de que

atuarão pessoalmente na execução do Contrato, caso o objeto seja adjudicado à proponente e esta firme o contrato com a BELOTUR. Na mesma declaração, também firmarão o compromisso de conferir tratamento confidencial a todas as informações a que tiverem acesso em função da execução do objeto.

**4.1.2. Experiência da Proponente:** Esta etapa implica na comprovação de aptidão da Proponente para o desempenho de atividade de Consultoria e Pesquisa com ênfase em Marketing Turístico, por meio de declarações, atestados e ou certificados.

**4.1.3.** Para fins do subitem 4.1.1 serão considerados, para efeito de pontuação até 05 (cinco) currículos de membros da Equipe Técnica, sendo 01 (um) currículo do Gerente e até 04 (quatro) currículos de membros técnicos.

**4.1.4.** A pontuação será atribuída a partir da apresentação dos currículos de membros da equipe que efetivamente atuarão na execução do Contrato, desde que a experiência descrita esteja devidamente comprovada por meio da apresentação de declarações, atestados e/ou certificados.

**4.1.5.** Os critérios de pontuação da Equipe de Trabalho e da Proponente são os seguintes:

**Quadro 01 – Critérios de Pontuação da Proponente**

| Atividade  | Pontos por Atestado | Pontuação Máxima |
|--|---------------------|------------------|
| Experiência em implantação de Planos de Marketing  | 2                   | 8                |
| Experiência em implantação de Planos de Marketing de Ações Públicas                              | 2                   | 8                |
| Experiência em campanhas promocionais e/ou publicitárias relacionadas com a atividade turística. | 2                   | 8                |

**Quadro 02 – Critérios de Pontuação da Equipe do Projeto**

| Requisito  | Pontos por Atestado / Documento | Pontuação Máxima por Membro da Equipe |
|--|---------------------------------|---------------------------------------|
| Profissional com experiência comprovada em desenvolvimento de marketing estratégico de destinos turísticos nacionais.      | 1                               | 5                                     |
| Profissional com experiência comprovada em desenvolvimento de Marketing estratégico de destinos turísticos internacionais. | 2                               | 6                                     |



|  |   |    |
|--|---|----|
| Profissional com experiências comprovadas em posicionamento de Marketing em destinos com população superior a 1 milhão de habitantes.  | 2 | 6  |
| Profissional que tenha participado de Pesquisas de mercado em escala internacional.  | 2 | 6  |
| Profissional que tenha participado de Pesquisas de mercado em escala nacional.   | 1 | 5  |
| Profissional que tenha executado atividades de marketing promocional turístico em campanhas publicitárias nacionais.   | 2 | 6  |
| Profissional com experiência comprovada em Planos Operacionais de Marketing do Setor Turístico que se refiram a estratégias de marca ( <i>branding</i> ) de destinos internacionais. | 2 | 6  |
| Gerente com experiência em coordenar equipe de implantação de Plano de Marketing   | 2 | 6  |
| Profissional com diploma de conclusão de curso de Pós Graduação  | 1 | 5  |
| Profissional com diploma de conclusão de curso de Mestrado   | 2 | 10 |
| Profissional com diploma de conclusão de curso de Doutorado  | 3 | 15 |

## 5) ETAPAS DAS ATIVIDADES E CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

As etapas apresentadas nos quadros e cronogramas a seguir, devem ser pautadas e seguidas conforme as especificações técnicas apresentadas no item 4 (quatro) deste documento. A duração dos trabalhos e elaboração das fases, bem como a definição dos preços de cada etapa deverá se referenciar no seguinte quadro:

Quadro 1- Cronograma das Atividades

| Etapa | Descrição  |
|-------|--|
| 1     | <p>Pesquisas necessárias ao diagnóstico da situação atual da Marca e do turismo em Belo Horizonte e seus produtos.<br/>Profissional Exigido: Nível superior e titulação maior nas áreas de Marketing, e/ou Estatística, e/ou Turismo, e/ou Comunicação Social.</p> <p>Valor máximo da Hora a ser considerado: R\$ 86,16*<br/>Quantidade de Horas: .....<br/>Número de profissionais envolvidos: ....<br/>Valor Total da etapa: R\$ .....</p> |



|   |   |
|---|---|
| 2 | <p>Percepções e necessidades acerca do Marketing Turístico de Belo Horizonte obtidas nas reuniões com os seguintes grupos de foco do setor turístico: representantes dos órgãos públicos e setor privado; entidades de classe e setor cultural; gastronomia e compras; negócios e eventos e as instituições de ensino superior.</p> <p>Profissional Exigido: Nível superior e titulação maior nas áreas de Marketing, e/ou Estatística, e/ou Turismo, e/ou Comunicação Social.</p> <p>Valor máximo da Hora a ser considerado: R\$ 146,72*</p> <p>Quantidade de Horas:</p> <p>Número de profissionais envolvidos:</p> <p>Valor Total da etapa:</p>   |
| 3 | <p>Aprimoramento do Plano de Marketing Atual (Plano Horizonte) de acordo as pesquisas realizadas, a análise das percepções e das necessidades do Marketing Turístico de Belo Horizonte, as diretrizes do Ministério do Turismo, O Relatório do Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS, do Programa de Turismo de Eventos e Negócios e do BH Metas e resultados.</p> <p>Profissional Exigido: Nível superior e titulação maior nas áreas de Marketing, e/ou Estatística, e/ou Turismo, e/ou Comunicação Social.</p> <p>Valor máximo da Hora a ser considerado: R\$ 146,72*</p> <p>Quantidade de Horas:</p> <p>Número de profissionais envolvidos:</p> <p>Valor Total da etapa:</p>  |
| 4 | <p>Ações Estratégicas de Marketing para Belo Horizonte, incluindo a análise atual, a visão, missão e objetivos, as estratégias de marketing e o desenvolvimento de estratégias especiais para criar uma imagem diferenciada, atrair novos investimentos, mercados e diversificar os produtos turísticos, bem como estabelecer metas, ações, prazos e indicadores para o acompanhamento das ações estratégicas de marketing e as táticas que servirão para a Belotur realizar as ações de promoção turística do setor.</p> <p>Profissional Exigido: Nível superior e titulação maior nas áreas de Marketing, e/ou Estatística, e/ou Turismo, e/ou Comunicação Social.</p> <p>Valor máximo da Hora a ser considerado: R\$ 146,72*</p> <p>Quantidade de Horas:</p> <p>Número de profissionais envolvidos:</p> <p>Valor Total da etapa:</p>                             |
| 5 | <p>Ações Estratégicas para os Produtos Prioritários definidos no diagnóstico da situação atual da Marca e do turismo em Belo Horizonte e seus produtos e nas percepções e necessidades acerca do Marketing Turístico de Belo Horizonte, tendo, também, como referência as diretrizes do Ministério do Turismo, o Relatório do Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS, o Programa de Turismo de Eventos e Negócios e do BH Metas e resultados, com intuito de consolidar a demanda atual e atrair novos mercados consumidores.</p> <p>Profissional Exigido: Nível superior e titulação maior nas áreas de Marketing, e/ou Estatística, e/ou Turismo, e/ou Comunicação Social.</p> <p>Valor máximo da Hora a ser considerado: R\$ 146,72*</p> |

|   |   |
|---|---|
|   | Quantidade de Horas:<br>Número de profissionais envolvidos:<br>Valor Total da etapa:  |
| 6 | Ações Estratégicas para a implementação do Plano de Marketing Aprimorado (Plano Horizonte) e do Plano de Ações Estratégicas, que consiste na elaboração das diretrizes para a implementação das ações estratégicas definidas nos referidos planos e deverá conter.<br><br>Professional Exigido: Nível superior e titulação maior nas áreas de Marketing e/ou Economia, e/ou Turismo.<br>Valor máximo da Hora a ser considerado: R\$ 146,72*<br>Quantidade de Horas:<br>Número de profissionais envolvidos:<br>Valor Total da etapa: |
| 7 | Elaboração de Plano de Ações Estratégicas e o Aprimoramento do Plano de Marketing Atual, que consiste na entrega da versão final do documento contendo a compilação e integração das etapas anteriores<br>Professional Exigido: Nível superior e titulação maior nas áreas de Marketing e/ou Economia, e/ou Turismo.<br>Valor máximo da Hora a ser considerado: R\$ 146,72*<br><br>Quantidade de Horas:<br><br>Número de profissionais envolvidos:<br>Valor Total da etapa:   |

\* Valor da hora/profissional calculado com base na planilha SINAPI Sist. Nac. Pesq. Custos e Índices Const. Civil – Julho de 2011

**Tabela 01 - Cronograma de Execução**

|          | Mês 1 | Mês 2 | Mês 3 | Mês 4 | Mês 5 | Mês 6 | Mês 7 | Mês 8 | Mês 9 | Mês 10 | Mês 11 | Mês 12 | Mês 13 | Mês 14 | Mês 15 | Mês 16 | Mês 17 | Mês 18 | Mês 19 | Mês 20 |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Etapa 01 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Etapa 02 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Etapa 03 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Etapa 04 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Etapa 05 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Etapa 06 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Etapa 07 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Etapa 08 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |

No início do desenvolvimento dos trabalhos de cada etapa a Contratante deverá apresentar proposta de execução das mesmas e validá-la formalmente junto à Contratada, através da Comissão de Acompanhamento do Plano de Marketing da Belotur, conforme **Portaria BELOTUR nº 049/2011**, antes de dar sequência aos trabalhos.

## 6. CONDIÇÕES E PRAZOS DE PAGAMENTO

A BELOTUR se compromete a pagar à Contratada o valor contratado mediante a entrega e aceitação de cada produto acima citado de forma individual, conforme sua respectiva conclusão, no prazo máximo de 30 dias após a apresentação do competente documento fiscal. O referido pagamento só será efetivado mediante aprovação formal do trabalho de cada etapa, separadamente e será feito no Brasil, ficando a BELOTUR desobrigada a qualquer envio de remessa internacional (caso haja empresa internacional consorciada ou consultor) e seus conseqüentes tributos.

## 7. CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

A contratação recairá na empresa proponente que, no seu conjunto, faça a proposta mais vantajosa, considerando os critérios estabelecidos abaixo:

Para a definição da empresa contratada, a pontuação técnica terá peso de 60% (sessenta por cento) e as propostas comerciais terão peso de 40% (quarenta por cento) na ponderação da pontuação final que resultará na decisão final da empresa a ser contratada.

7.1 Para classificação da proposta mais vantajosa, a qual a Comissão de Especial de Licitação adjudicará o objeto desta licitação, serão adotados os seguintes procedimentos:

7.1.1. A classificação das Propostas Técnicas será feita com base na seguinte fórmula:  $NPT = 100 \times (T / T_m)$

Onde:

NPT = Nota da Proposta Técnica em exame, para efeito de classificação final.

T = Pontuação da Proposta Técnica em exame.

T<sub>m</sub> = Pontuação da melhor Proposta Técnica.

7.1.2. A classificação das Propostas de Preço será feita com base na seguinte fórmula:  $NPP = 100 \times (P / P_m)$ , Onde:

NPP = Nota da proposta de preços em exame, para efeito de classificação final.

P = Preço da proposta em exame.

P<sub>m</sub> = Menor preço entre as propostas.

7.2 Para a obtenção da Nota Final (NF = Nota Média Ponderada), as notas da Proposta Técnica terão peso 40 (quarenta) e as notas da Proposta de Preços terão peso 60 (sessenta), sendo vencedor o proponente que obtiver a maior NF, de acordo com a seguinte fórmula:

$NF = 40 (NPT) + 60 (NPP)$

100

Onde:

NF = Nota Final (Nota Média Ponderada).

NPT = Nota da Proposta Técnica.

NPP = Nota da Proposta de Preços.

**7.3** Para efeito de cálculo das NF as notas serão expressas com 02 (duas) casas decimais desprezando-se os algarismos posteriores.

**7.4** As propostas serão classificadas pela ordem decrescente dos valores de Nota Final - NF, a partir da maior NF, cuja proposta será considerada a 1º classificada, para a qual será feita a adjudicação do objeto desta licitação.

## **8. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

Das obrigações da CONTRATANTE:

**I.** Indicar funcionários que irão compor uma comissão de validação interna dos setores a seguir: Diretoria de Promoção Turística, Diretoria de Marketing, Diretoria de Desenvolvimento de Novos Negócios e Diretoria Administrativa e Financeira para acompanhamento e fiscalização dos serviços, sendo que estes representarão a CONTRATANTE e terão total poder para recusar serviços executados em desacordo com as exigências deste Contrato;

**II.** Responsabilizar-se pelos pagamentos conforme definidos no presente Contrato e no Instrumento convocatório;

**III.** Julgar se as causas de eventuais atrasos no cumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA são passíveis de justificativas motivadas por “casos fortuitos ou de força maior”.

## **9. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

A CONTRATADA se obriga a:

**I.** Prestar os serviços contratados, respondendo pela qualidade e alto padrão, indispensáveis ao bom e fiel cumprimento dos serviços. Na hipótese dos serviços prestados e entregues não atenderem às exigências especificadas, total ou parcialmente, ficará a CONTRATADA obrigada a fazer todas as correções necessárias, para que os mesmos possam atender às especificações relativas a presente contratação, no prazo máximo referente a um terço do prazo inicialmente proposto.

**II.** Responsabilizar-se integralmente, por todas as despesas administrativas, de remessas de recursos para o exterior, salariais, trabalhistas, previdenciárias, fiscal, securitárias ou outras quaisquer que possam surgir a qualquer tempo, pelo

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL

Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071

Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitacoes.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitacoes.belotur@pbh.gov.br)

fornecimento da mão-de-obra, transporte e prestação de serviços, resultantes do objeto desta licitação, bem como quaisquer outros não mencionados, mas obrigatórios em decorrência de sua condição de empregadora;

**III.** Manter, durante toda a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições legais exigidas na licitação;

**IV.** Comparecer, sempre que convocada, à sede da CONTRATANTE para atender solicitações, reclamações ou outras observações que porventura possam ocorrer;

**V.** Não transferir ou ceder o Contrato a terceiros, no todo ou em parte, sem o prévio consentimento da CONTRATANTE;

**VI.** Não caucionar ou utilizar o Contrato em favor de terceiros, no todo ou em parte, sem o prévio consentimento da CONTRATANTE.

**VII.** Manter sobre regime de confidencialidade com a CONTRATANTE, todas as formas de informações relativas aos trabalhos desenvolvidos, sendo vetada divulgação total ou parcial das mesmas por parte da CONTRATADA, tanto durante o processo de elaboração do trabalho quanto após sua conclusão.

**VIII.** Assegurar à CONTRATANTE a transferência de tecnologias, propriedade intelectual e metodologias provenientes desta contratação, ficando vetada a divulgação total ou parcial das mesmas por parte da CONTRATADA para terceiros, sem autorização prévia da CONTRATANTE.

**IX.** Deverão ser elaborados e enviados à CONTRATANTE, relatórios semanais das atividades desenvolvidas, assim como fotos digitais com direito de utilização de imagens, atas de todas as reuniões realizadas nos desenvolvimentos dos trabalhos (seja junto à CONTRATANTE, atores locais ou não, fornecedores, entidades, organizações, etc.), listas de presenças e demais materiais desenvolvidos pelo projeto.

**X.** A CONTRATADA deverá auxiliar a CONTRATANTE na elaboração da prestação de contas, integralmente em todos os itens deste Termo de Referência, junto ao Ministério do Turismo, conforme Plano de Trabalho aprovado.

**XI.** Será permitida a contratação de profissionais que estarão envolvidos em etapas específicas dos estudos, além daqueles que estarão envolvidos durante todo o projeto.

**XII.** Somente será permitida a subcontratação para desenvolver as atividades de Pesquisa com ênfase em Marketing Turístico da etapa 01 e em conformidade com as especificações técnicas do termo de referência, empresas com capacidade técnica comprovada por meio de declarações, atestados e/ou certificados, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

**XIII.** Declaração de que, caso venha a ser contratada, disporá de base operacional na cidade de Belo Horizonte a partir da vigência do contrato..

## **10. DA POSSIBILIDADE DE SUBCONTRATAÇÃO**

**10.1.** Poderá ser admitida a subcontratação de profissional autônomo, empresário individual civil ou comercial, sociedade simples ou empresária, para o atendimento de necessidade específica que se verifique durante a realização dos trabalhos, desde que:

**a)** Sua experiência e notória especialização deverá ser comprovada na classe de subcontratada, através de atestado que comprove sua aptidão para o desempenho de atividades de Consultoria e Pesquisa com ênfase em Marketing Turístico; e

**b)** A escolha a respeito da subcontratação seja validada pela Comissão de Acompanhamento do Plano de Marketing da Belotur, conforme **Portaria BELOTUR Nº 049/2001**.

**10.2.** Em caso de subcontratação não será estabelecido qualquer vínculo entre a BELOTUR e a(s) Subcontratada(s), permanecendo a Contratada responsável pelo integral cumprimento das obrigações estabelecidas no Contrato firmado com a BELOTUR, respondendo a Contratada pela qualidade e integralidade dos serviços objeto de subcontratação.

**10.3.** A Contratada deverá inserir no(s) contrato(s) firmado(s) com eventuais Subcontratada(s) cláusula estabelecendo responsabilidade solidária relativa à execução do serviço subcontratado.



**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº. 23183/DMKT/2012  
MODALIDADE: CONCORRÊNCIA Nº. 002/2012****ANEXO II  
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO**

À

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A

[NOME DA EMPRESA PROPONENTE], sociedade com sede [ENDEREÇO], inscrita no CNPJ sob o nº . . / - , por meio de seu representante legal, firma a presente Proposta de Preços, que é baseada nas condições e prazos estabelecidos na Concorrência 002/2012, os quais são aceitos pelo proponente, que se compromete a cumprir integralmente o objeto do Edital correspondente e do Contrato a ser firmado, de modo a entregar todos os produtos e serviços neles previstos.

| CONCORRÊNCIA 002/2012<br>Processo Administrativo Nº. 23183/DMKT/2012   |   | Cidade:<br>Data e Horário: |
|--|---|----------------------------|
| <b>OBJETO:</b> O objeto deste contrato são serviços de consultoria e pesquisa, visando a atualização e aprimoramento do Plano de Marketing Horizonte para o turismo na cidade de Belo Horizonte, assim como a elaboração e implantação de um plano de ações estratégicas desenhadas para até 2014, conforme condições e especificações que constam do Anexo I do Edital. |   |                            |
| <b>Etapa</b>   | <b>Descrição</b>  | <b>Valor da Etapa</b>      |
| 1  | Pesquisas necessárias ao diagnóstico da situação atual da Marca e do turismo em Belo Horizonte e seus produtos.   |                            |
| 2  | Articulação com representantes de órgãos públicos, setor privado, entidades de classe do trade turístico e instituições de ensino superior, de Belo Horizonte e das cidades de seu entorno através de debates, entrevistas, oficinas e reuniões com o intuito de buscar percepções e necessidades existentes acerca do marketing turístico de Belo Horizonte.   |                            |
| 3  | Atualização, adequação e aprimoramento do Plano Horizonte.  |                            |
| 4  | Estratégia Geral de Marketing, incluindo a análise da situação atual, a visão, missão e objetivos, as estratégias de marketing e o desenvolvimento de estratégias especiais, em especial o desenvolvimento da Estratégia de Posicionamento de Marketing para cidade-sede da Copa 2014 e Olimpíadas 2016.  |                            |
| 5  | Estabelecimento de metas, ações, prazos e indicadores para o acompanhamento da criação e aplicação dos Planos Operacionais de Produto e Promoção, Atualização, Adequação e Implementação do Plano Horizonte. Após sua criação deverá ser feita uma supervisão técnica para implementação.   |                            |
| 6  | Implementação dos Planos de Marketing Operacionais para os produtos turísticos prioritários da cidade de Belo Horizonte, a serem identificados através de estudos e pesquisas qualitativas e quantitativas a serem realizadas previamente, incluindo descrição e diagnóstico da situação e da posição competitiva de cada produto selecionado. Igualmente, apresentação das estratégias e ações, estabelecendo as táticas que servirão de direcionamento para a Belotur em todas as ações de promoção turística do setor. |                            |
| 7  | Elaboração do Plano de Implementação integrando e consolidando todas as   |                            |

|  |                      |
|--|----------------------|
| ações identificadas em cada plano de marketing, tanto o Plano Horizonte quanto o Plano de Ações Estratégicas com apresentação de forma detalhada das orientações (roteiro) de como a Belotur deverá colocar em prática os Planos operacionais, juntamente com as instituições chave do mercado apontadas nas análises como essenciais para a consolidação destes, deixando claro seu processo de gestão e apontando os recursos humanos, financeiros, materiais, dentre outros, que serão necessários para a sua implantação, bem como a estimativa orçamentária de todas as ações definidas, apontando e seus respectivos marcos históricos e críticos, bem como ações mitigadoras. |                      |
| <b>Preço Global da Proposta (R\$):</b>   |                      |
| <b>Preço Global da Proposta (por extenso):</b>   |                      |
| <b>DADOS DA PROPONENTE:</b>  |                      |
| Razão Social Empresa:  |                      |
| CNPJ:  | Inscrição Municipal: |
| Endereço:  |                      |
| Telefone:  | Fax:                 |
| Nome do(s) representante(s) legal(is) da empresa:  |                      |
| E-mail:  |                      |
| Local e Data:  |                      |
| Assinatura:  |                      |

A presente proposta tem prazo de validade de 60 (sessenta) dias, contados da data de abertura da licitação.

Local/Data

Assinatura: \_\_\_\_\_

Nome do Representante Legal  
CPF

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº. 23183/DMKT/2012**  
**MODALIDADE: CONCORRÊNCIA Nº. 002/2012****ANEXO III**  
**MODELO DE PLANILHA ORÇAMENTÁRIA**

Para tanto, o proponente considera todos os componentes abaixo discriminados e eventuais componentes existentes, especificando os subitens que compõem cada componente:

| CONCORRÊNCIA Nº. 002/2012<br>Processo Administrativo Nº. 23183/DMKT/2012   |                             | Cidade:<br>Data e Horário:             |  |
|--|-----------------------------|--|--|
| <b>OBJETO:</b> O objeto deste contrato são serviços de consultoria e pesquisa, visando a atualização e aprimoramento do Plano de Marketing Horizonte para o turismo na cidade de Belo Horizonte, assim como a elaboração e implantação de um plano de ações estratégicas desenhadas para até 2014, conforme condições e especificações que constam do Anexo I do Edital. |                             |  |  |
| COMPONENTES DE CUSTOS  | QUANTITATIVO /<br>DESCRIÇÃO | VALOR<br>MÉDIO<br>DA ETAPA<br>(em R\$) | VALOR<br>GLOBAL DA<br>PROPOSTA<br>(em R\$) |
| Custo de Mão-de-obra Gerencial   |                             |  |  |
| Custo de Mão-de-obra Técnica   |                             |  |  |
| Custos com Materiais Empregados  |                             |  |  |
| Serviços de Terceiros  |                             |  |  |
| Despesas com tributos  |                             |  |  |
| Outras despesas (viagens, hotel, táxi, etc.), inclusive encargos não incidentes sobre pessoal  |                             |  |  |
| <b>Preço Total:</b>  |                             |  |  |
| <b>DADOS DA PROPONENTE:</b><br>Razão Social Empresa:<br>CNPJ: _____ Inscrição Municipal: _____<br>Endereço: _____<br>Telefone: _____ Fax: _____<br>Nome do(s) representante(s) legal(is) da empresa: _____<br>E-mail: _____<br>Local e Data: _____<br>Assinatura: _____  |                             |  |  |

Local/Data

Assinatura: \_\_\_\_\_

Nome do Representante Legal  
CPFEmpresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL  
Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071  
Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitações.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitações.belotur@pbh.gov.br)

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº. 23183/DMKT/2012  
MODALIDADE: CONCORRÊNCIA Nº. 002/2012**

**ANEXO IV**  
**MINUTA DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**  
**TIPO TÉCNICA E PREÇO**

Contrato de Prestação de Serviços que entre si  
celebram a Empresa Municipal de Turismo de  
Belo Horizonte S/A – BELOTUR e a empresa  
.....  
.....

Por este instrumento particular e na melhor forma de direito, de um lado a **EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S/A**, doravante denominada **BELOTUR**, CNPJ nº. 21.835.111/0001-98, com sede nesta capital, na Rua Aimorés, 981, 6º andar, Funcionários, Belo Horizonte (MG), CEP 30.140-071, neste ato, representada por seu Diretor-Presidente, XXXXXXXXXXXX, inscrito no CPF sob o nº. XXXXXXXXXXXX, e por seu Diretor Administrativo/Financeiro, Sr. XXXXXXXXXXXX, inscrito no CPF sob o nº. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, como **CONTRATANTE**, e, de outro lado, a ....., com sede ....., situada na .....- , inscrita no CNPJ/MF sob o nº....., doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por ....., celebram o presente contrato em conformidade com a CONCORRÊNCIA nº 002/2012, Processo Administrativo nº. 23183/DMKT/2012, que será regido pelas cláusulas e condições seguintes, sujeitando-se as partes às normas da Lei 8.666/93, e posteriores modificações, e, no que couber a toda legislação vigente e aplicável ao presente instrumento.

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO**

**1.1.** Contratação de empresa para a prestação de serviço de consultoria e pesquisa, visando a elaboração de um plano de ações estratégicas de marketing para Belo Horizonte e o aprimoramento do plano de marketing atual (Plano Horizonte), conforme especificações técnicas dispostas no Anexo I, parte integrante deste Contrato.

**1.2.** A presente contratação se faz necessária para atender demanda ao Convênio nº 724421/2009, firmado entre esta empresa e o Ministério do Turismo – Mtur, conforme condições e detalhamento constante no Anexo I da CONCORRÊNCIA nº 002/2012, Processo Administrativo nº 23183/DMKT/2012 e despacho de homologação/adjudicação publicado no DOM de \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_.

**1.3.** São partes integrantes deste instrumento contratual, independentemente, de transcrição: o Anexo I, contendo a Termo de Referência; o Anexo II, contendo a Proposta de Preços e o Anexo III, contendo a Planilha Orçamentária, bem como os demais documentos anexados pela Contratada, todos vinculados à CONCORRÊNCIA 002/.2012.

**1.4.** É facultado às partes o aumento ou redução em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, desde que devidamente justificado pelo órgão, amparado pelo art. 65, parágrafo 1º da Lei 8.666/93, através de empenho complementar.

## **CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

**2.1.** O valor global do contrato é de R\$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), já incluídos taxas, seguros, transporte, impostos e demais encargos correspondentes ao preço oferecido pela CONTRATADA e aceito pelo CONTRATANTE.

**Parágrafo Primeiro:** Nos termos do Decreto Municipal 11.093/2002, o contrato se necessário será atualizado monetariamente, conforme acordado entre as partes, desde que respeitado o prazo mínimo estabelecido na Lei Federal 10.192, de 14/02/2001.

**Parágrafo Segundo:** A periodicidade de reajuste não será inferior a um ano contada, inicialmente, da data limite para apresentação da proposta ou do orçamento a que essa se referir.

**2.2.** O pagamento acima será efetuado em parcelas, conforme disposto na Cláusula Quinta deste contrato.

## **CLÁUSULA TERCEIRA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

As despesas decorrentes desta Contratação correrão por conta do Convênio nº. 724421/2009 firmado com o Ministério do Turismo - MTur.

## **CLÁUSULA QUARTA - DO PRAZO DE VIGÊNCIA**

**4.1.** O presente contrato vigorará a partir da data de sua assinatura até o prazo de \_\_\_\_ (\_\_\_\_) meses, podendo ser prorrogado, se houver efetiva necessidade, observando-se os limites do art. 57, II, da Lei 8.666/93.

**4.2.** A prorrogação a que se refere o subitem anterior será realizada mediante termo aditivo.

**4.3.** Ressalvada a responsabilidade civil, administrativa, penal e trabalhista da Contratada, que permanecerá inalterada até o perecimento dos direitos de eventuais pessoas por esta prejudicadas, na execução do referido contrato.

4.4. Ocorrendo prorrogação, serão mantidas as condições do contrato inicial e observadas a legislação em vigor. Nos casos de majoração do valor contratual exigir-se-á reforço da garantia prevista neste contrato.

## CLÁUSULA QUINTA – DAS CONDIÇÕES E PRAZO DE PAGAMENTO

5.1. A BELOTUR se compromete a pagar à Contratada o valor global mencionado na Cláusula Segunda mediante a entrega e aceitação de cada produto, de forma individualizada, decorrente de cada etapa, conforme sua respectiva conclusão, conforme dispõe tabela abaixo:

| Etapa | Descrição   | Valor da Etapa |
|-------|---|----------------|
| 1     | Pesquisas necessárias ao diagnóstico da situação atual da Marca e do turismo em Belo Horizonte e seus produtos.   |                |
| 2     | Articulação com representantes de órgãos públicos, setor privado, entidades de classe do trade turístico e instituições de ensino superior, de Belo Horizonte e das cidades de seu entorno através de debates, entrevistas, oficinas e reuniões com o intuito de buscar percepções e necessidades existentes acerca do marketing turístico de Belo Horizonte.   |                |
| 3     | Atualização, adequação e aprimoramento do Plano Horizonte.  |                |
| 4     | Estratégia Geral de Marketing, incluindo a análise da situação atual, a visão, missão e objetivos, as estratégias de marketing e o desenvolvimento de estratégias especiais, em especial o desenvolvimento da Estratégia de Posicionamento de Marketing para cidade-sede da Copa 2014 e Olimpíadas 2016.  |                |
| 5     | Estabelecimento de metas, ações, prazos e indicadores para o acompanhamento da criação e aplicação dos Planos Operacionais de Produto e Promoção, Atualização, Adequação e implementação do Plano Horizonte. Após sua criação deverá ser feita uma supervisão técnica para implementação.   |                |
| 6     | Implementação dos Planos de Marketing Operacionais para os produtos turísticos prioritários da cidade de Belo Horizonte, a serem identificados através de estudos e pesquisas qualitativas e quantitativas a serem realizadas previamente, incluindo descrição e diagnóstico da situação e da posição competitiva de cada produto selecionado. Igualmente, apresentação das estratégias e ações, estabelecendo as táticas que servirão de direcionamento para a Belotur em todas as ações de promoção turística do setor. |                |
| 7     | Elaboração do Plano de Implementação integrando e   |                |

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL

Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071

Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitacoes.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitacoes.belotur@pbh.gov.br)



|                                    |  |  |
|------------------------------------|--|--|
|                                    | consolidando todas as ações identificadas em cada plano de marketing, tanto o Plano Horizonte quanto o Plano de Ações Estratégicas com apresentação de forma detalhada das orientações (roteiro) de como a Belotur deverá colocar em prática os Planos operacionais, juntamente com as instituições chave do mercado apontadas nas análises como essenciais para a consolidação destes, deixando claro seu processo de gestão e apontando os recursos humanos, financeiros, materiais, dentre outros, que serão necessários para a sua implantação, bem como a estimativa orçamentária de todas as ações definidas, apontando e seus respectivos marcos históricos e críticos, bem como ações mitigadoras. |  |
| 8                                  | Acompanhamento técnico de implementação do Plano de Marketing Turístico do Município de Belo Horizonte.  |  |
| <b>Valor Total de Contratação:</b> |  |  |

**5.2.** O pagamento dos serviços executados será efetuado em 30 (trinta dias), após a entrega da nota fiscal, por meio de borderô eletrônico. O referido pagamento só será efetivado mediante aprovação formal do trabalho de cada etapa, separadamente e será feito no Brasil, ficando a BELOTUR desobrigada a qualquer envio de remessa internacional (caso haja empresa internacional consorciada ou consultor) e seus conseqüentes tributos.

**5.3.** Deverá ser discriminado na nota fiscal o valor da mão de obra utilizada na prestação dos serviços executados, bem como a retenção da seguridade social e/ou outros impostos cabíveis, conforme legislação vigente.

**5.4.** Como condição para a liberação do pagamento, deverá ser apresentada pela contratada à BELOTUR, com a devida antecedência, cópia dos comprovantes de pagamento de todos os encargos sociais, FGTS, e, ainda, demais tributos, relativos à prestação de serviço contratada, bem como o resumo da folha de pagamento do mês de competência.

**5.5.** Na hipótese de a contratada não apresentar tempestivamente a nota fiscal ou os documentos relacionados no item 5.4 ou ainda se apresentá-los com incorreções, a quitação dar-se-á em 30 (trinta) dias após a regularização da pendência, não cabendo qualquer acréscimo a título de correção monetária ou juros moratórios, conforme o caso.

**5.6.** A contratada entregará a nota fiscal diretamente ao Setor de Orçamentos e Contratos da BELOTUR, que, após aprová-la, providenciará o pagamento.

**5.7.** As notas fiscais/fatura deverão obrigatoriamente discriminar a prestação dos serviços executados.

**5.8.** A contratada deverá emitir a nota fiscal conforme legislação vigente.

## **CLÁUSULA SEXTA – DAS PENALIDADES**

**6.1.** Pela inexecução parcial ou total do Contrato, a Administração poderá aplicar, sempre por escrito, garantida a prévia defesa e o contraditório, a serem exercidos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis da notificação, as seguintes sanções previstas nos termos do Artigo 87 da Lei n. 8.666/93:

**a)** Advertência escrita;

**b)** Multa nos seguintes percentuais:

**b.1)** 0,33% a.d. (trinta e três décimos por cento ao dia) por dia de atraso sobre o valor total do contrato, no caso de impontualidade na entrega dos produtos por até 10 (dez) dias;

**b.2)** 10% (dez por cento) sobre o valor da parcela, no caso de atraso na entrega dos produtos superior a 10 (dez) dias, podendo ocorrer o cancelamento do contrato, hipótese em que será aplicada a multa prevista na alínea “c”;

**b.3)** 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total, caracterizada por atraso na entrega dos produtos superior a 30 (trinta) dias, com o conseqüente cancelamento do contrato.

**c)** Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor pago pela BELOTUR até a data de notificação de multa;

**d)** Suspensão temporária dos serviços;

**e)** Rescisão contratual; ou

**f)** Declaração de inidoneidade para contratar com a Administração Pública.

**6.2.** A imposição das penalidades dependerá da gravidade do fato que as motivar, considerando-se sua avaliação na situação e circunstâncias objetivas em que ele ocorreu devendo-se notificar o credenciado.

**6.3.** As sanções previstas nas alíneas “a”, “c” poderão ser aplicadas juntamente com as sanções da alínea “b”.

**6.4.** A imposição de quaisquer das sanções estipuladas neste item não ilidirá o direito da BELOTUR de exigir o ressarcimento integral dos prejuízos e das perdas e

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL

Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071

Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitações.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitações.belotur@pbh.gov.br)

danos que o fato gerador da penalidade acarretar para si e para terceiros, independentemente da responsabilidade criminal e civil.

**6.5.** O valor da multa será descontado da garantia e, extrapolando esta, dos pagamentos devidos ao contratado ou cobrados judicialmente quando for o caso.

**6.6.** Destaca-se o Diretor-Presidente da BELOTUR, como autoridade competente para aplicar as penalidades previstas no item 6.1.

**6.7.** Nenhuma parte será responsável perante a outra pelos atrasos ocasionados por motivo de força maior ou caso fortuito.

**6.8.** A critério da BELOTUR poderão ser suspensas as penalidades, no todo ou em parte, quando o atraso na entrega dos produtos for devidamente justificado pelo PROPONENTE vencedor e aceito pela Contratante, que fixará novo prazo, este improrrogável, para a completa execução das obrigações assumidas

**6.9.** A sanção relativa à suspensão de participar em licitação e de contratar com o BELOTUR poderá ser também aplicada àqueles que:

- a) Retardarem a execução da licitação;
- b) Demonstrarem não possuir idoneidade para contratar com a Administração; ou
- c) Fizerem declaração falsa ou cometerem fraude fiscal.

## **CLAÚSULA SÉTIMA – DA GARANTIA CONTRATUAL**

**7.1.** A Contratada prestou garantia na modalidade de \_\_\_\_\_ no valor de R\$ \_\_\_\_\_, (\_\_\_\_\_), equivalente a 5% (cinco por cento) sobre o valor global ora contratado, a qual lhe será devolvida após o cumprimento fiel e correto dos termos contratuais.

## **CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES**

### **Constituem obrigações da Contratada:**

### **Sem prejuízo ao disposto no Anexo I, deste edital, a Contratada deverá, ainda:**

**8.1.** Garantir a qualidade dos serviços prestados devendo fazer sua substituição/correção imediata sempre que for verificada qualquer irregularidade.

**8.2.** Atender as solicitações de prestação dos serviços feitas pelo Contratante, no prazo estabelecido neste Contrato, mediante comunicação por escrito, contato telefônico ou Fax.

**8.3.** Responsabilizar-se pelos salários, encargos sociais, previdenciários, taxas, seguros, impostos e quaisquer outros que incidam ou venham a incidir sobre seus empregados necessário à execução do contrato, bem como sobre o serviço prestado.

**8.4.** Manter durante todo o período de vigência do contrato, atualizados, os documentos apresentados, por ocasião, do Registro Cadastral no SUCAF, inclusive as relativas ao INSS e ao FGTS, renovando certidões sempre que vencidas e apresentando-as ao setor competente quando solicitadas;

**8.5.** A inadimplência da Contratada com quaisquer encargos, de qualquer natureza não transfere responsabilidade à Contratante e nem onera o objeto deste Contrato.

**8.6.** Assegurar ao Contratante todas as garantias previstas no Código de Defesa do Consumidor.

**8.7. Constituem obrigações da Contratante:**

**8.8.** Pagar no vencimento as faturas apresentadas pela Contratada.

**8.9.** Prestar as informações necessárias à Contratada para a correta execução do serviço solicitado.

**8.10.** Notificar a Contratada fixando-lhe prazo para corrigir irregularidades encontradas na prestação do objeto do contrato.

**8.11.** Emitir ordem de serviço ou autorização de fornecimento para a contratada.

**CLÁUSULA NONA – DOS MOTIVOS DE FORÇA MAIOR**

**9.1.** Qualquer falta cometida pela Contratada somente poderá ser justificada, desde que comunicada por escrito, e não considerada como inadimplência contratual, se provocada por fato fora de seu controle, de conformidade com o Código Civil Brasileiro.

**9.2.** Ocorrendo motivo de força maior, a Contratada notificará, de imediato e por escrito, o representante da BELOTUR sobre a situação e suas causas. Salvo se a Contratante fornecer outras instruções por escrito, a Contratada continuará cumprindo suas obrigações decorrentes deste Contrato, na medida do razoavelmente possível e procurará, por todos os meios disponíveis, cumprir aquelas obrigações não impedidas pelo evento de força maior.

**CLÁUSULA DÉCIMA - DA FISCALIZAÇÃO**

**10.1.** O acompanhamento e a fiscalização da prestação de serviços serão realizados, de forma permanente, pela Contratante, que designará empregado para

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A.- CPL  
Rua Aimorés, 981 - 5º andar - Funcionários - CEP 30.140.071

Belo Horizonte - MG - Telefone: 3277-9706 - E-mail: [licitações.belotur@pbh.gov.br](mailto:licitações.belotur@pbh.gov.br)

tal, ao qual competirá dar o aceite nos trabalhos e nos produtos apresentados.

**10.2.** A fiscalização de que trata esta Cláusula não exclui e nem reduz a responsabilidade da Contratada por quaisquer irregularidades, ainda que resultante de imperfeições técnicas ou vício redibitório e, na ocorrência deste, não implique em co-responsabilidade da Contratante ou de seus agentes e prepostos.

**10.3.** A Contratante reserva o direito de rejeitar no todo ou em parte o material recebido e/ou o serviço prestado, se considerados em desacordo ou insuficientes, conforme os termos discriminados na proposta da Contratada e pela especificação do material e/ou serviço.

## **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA RESCISÃO**

**11.1.** O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas, poderá implicar na rescisão do presente contrato, sem direito a nenhuma indenização por parte da contratada, ressalvado o pagamento das prestações cumpridas até a data da rescisão do contrato.

**Parágrafo Único: RESCISÃO POR INTERESSE PÚBLICO:** Este contrato poderá ser rescindido por ato unilateral do contratante, devidamente justificado, quando o interesse público assim o exigir, sem indenização à contratada, a não ser em caso de dano efetivo.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO ADITAMENTO DO CONTRATO**

Nos termos do Decreto Municipal 13.757, de 26 de outubro de 2009, fica vedada qualquer alteração qualitativa ou quantitativa dos contratos, que implique custos adicionais.

**Parágrafo Primeiro:** Incluem-se na vedação a repactuação/revisão de preços.

**Parágrafo Segundo:** Não constitui alteração contratual vedada o reajuste de preços previsto contratualmente.

**Parágrafo Terceiro:** Excetua-se da regra as alterações autorizadas prévia e expressamente pelo Representante Legal do contratante, em processo próprio, com a justificativa da imprescindibilidade da alteração contratual para se atingir o interesse público.

## **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E FINAIS**

**13.1.** A tolerância com qualquer atraso ou inadimplência por parte da Contratada não importará, de forma alguma, em alteração contratual.

**13.2.** A execução deste contrato e os casos omissos serão regidos em conformidade com lei nº. 8.666/93 e suas alterações posteriores.

**13.3.** É vedada a caução ou a utilização do contrato para qualquer operação financeira, sem a prévia e expressa anuência da contratante.

**13.4.** É vedado à Contratada ceder ou transferir, ainda que parcialmente, o objeto contratual, seja por meio de fusão, cisão ou incorporação, ou qualquer outro meio.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA PUBLICAÇÃO**

**14.1.** A Contratante providenciará a publicação do extrato deste Contrato no Diário Oficial do Município de Belo Horizonte em obediência ao disposto no parágrafo único do art. 61 da Lei nº. 8.666/93.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DO FORO**

**15.1.** Fica eleito o foro da Comarca de Belo Horizonte/MG para dirimir quaisquer dúvidas na aplicação deste contrato em renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja. E, para firmeza e como prova de assim haverem, entre si, ajustado e contratado, é lavrado este contrato que, depois de lido e achado de acordo, será assinado pelas partes contratantes e pelas testemunhas abaixo.

Belo Horizonte, XX de \_\_\_\_\_ de 2012.

\_\_\_\_\_  
Responsável legal do CONTRATANTE

\_\_\_\_\_  
Responsável legal da CONTRATADA

Testemunhas:

\_\_\_\_\_  
IDENTIDADE N.º  
CPF N.º

\_\_\_\_\_  
IDENTIDADE N.º  
CPF N.º