



GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS

SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO



EDITAL DE LICITAÇÃO

Modalidade: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 001/2015

Tipo: TÉCNICA E PREÇO

RECIBO

A Empresa _____, CNPJ _____, retirou Edital de _____ n
_____/_____ é deseja ser informada de quaisquer alterações,
respostas a
esclarecimentos e impugnações pelo e-mail: _____.

(Assinatura)

Objeto: Prestação de serviços de publicidade e propaganda do Estado de Minas Gerais para atender a Subsecretaria de Comunicação Social.

OBS.: ESTE RECIBO DEVERÁ SER REMETIDO À DIRETORIA DE GESTÃO E LOGÍSTICA DA SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO - SEGOV

PELO E-MAIL: compras@governo.mg.gov.br

FAX: (31) 3915-0789

SUMÁRIO - EDITAL DE LICITAÇÃO

1	– OBJETO.	3
2	– INFORMAÇÕES BÁSICAS.	4
3	– DO CREDENCIAMENTO E DA ENTREGA DAS PROPOSTAS	7
4	– PROPOSTA TÉCNICA	9
5	– PROPOSTA COMERCIAL	10
6	– DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	13
7	– ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	16
8	– FORMAÇÃO DE CONSÓRCIO	16
9	– COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA	17
10	– RESULTADO DA CONCORRÊNCIA	20
11	– GARANTIA	20
12	– SANÇÕES	21
13	– REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO DA LICITAÇÃO	21
14	– RECEBIMENTO DO OBJETO	22
15	– ASSINATURA DO CONTRATO	22
16	– ACOMPANHAMENTO DO CONTRATO	22
17	– DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO	22
18	– ANEXOS QUE INTEGRAM ESTE EDITAL	24

ANEXO A – CONDIÇÕES GERAIS PARA A APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

ANEXO B – MODELO DE CARTA PROPOSTA

ANEXO C – MODELO DE CARTA DE FIANÇA

ANEXO D – MINUTA DE CONTRATO

ANEXO E – MODELO “A”: EMPREGADOR PESSOA JURÍDICA

ANEXO F – MINUTA DE TERMO DE COMPROMISSO DE CONSTITUIÇÃO DE CONSÓRCIO PARA ATENDIMENTO AO ITEM 8 DO EDITAL.

ANEXO G – LISTA DE CUSTOS INTERNOS DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE MINAS GERAIS

ANEXO H – BRIEFING

ANEXO I - CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

ANEXO J – PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

EDITAL DE LICITAÇÃO

Modalidade: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 001/2015

O ESTADO DE MINAS GERAIS, através da SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO - Subsecretaria de Comunicação Social, com sede na rodovia Prefeito Américo Gianetti, s/n, CEP 31.630.901, Bairro Serra Verde, Belo Horizonte – MG, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, instituída pela RESOLUÇÃO SEGOV nº 466, de 29 de setembro de 2015, torna público que fará realizar licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA, do tipo "Técnica e Preço", objetivando a contratação dos serviços de publicidade, discriminados abaixo, através de 07 (sete) agências de publicidade e propaganda, observadas as exigências das Leis nºs 4.680, de 18 de junho de 1965, 8.666, de 21 de junho de 1993, e 12.232, de 29 de abril de 2010, e demais disposições do presente Edital, da minuta de Contrato e dos Anexos que o integra, no valor global de R\$ 100.000.000,00 (cem milhões de reais).

1 – OBJETO

1.1 Os contratos de serviços de publicidade a serem adjudicados às empresas vencedoras dessa Licitação terão por objeto a execução de atividades de publicidade, previstas na Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.3 Poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.4. As pesquisas e avaliações previstas no item 1.3 terão as seguintes finalidades:

I – gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo de Minas Gerais, o público-alvo e os veículos de comunicação e de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

II – aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

III – possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

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

1.6. Serão licitados 07 (sete) lotes, cada qual com a contratação de uma agência de publicidade e propaganda, conforme detalhamento exposto no item 2.8 deste edital.

1.7 Para execução dos serviços objeto do presente contrato, não fica a Administração Pública Estadual impedida de contratar diretamente com o Órgão Oficial do Estado, sem que caibam a CONTRATADA pagamento relativos a estes serviços.

2. INFORMAÇÕES BÁSICAS

2.1 Modalidade/N.º: Concorrência Pública nº 001/2015.

2.2 Regime de Execução: Empreitada por preço global, por lote.

2.3 Retirada do Edital: O presente Edital poderá ser retirado gratuitamente através do site da Secretaria de Estado de Governo, no endereço www.governo.mg.gov.br, até a data limite de entrega de propostas e observados os procedimentos ali previstos.

2.4 Solicitação de Esclarecimento ou Impugnação:

2.4.1 Qualquer cidadão poderá impugnar o presente edital, até 5 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem 2.4.2.

2.4.2 As impugnações deverão ser obrigatoriamente formalizadas por escrito, devidamente assinadas, e protocoladas na Subsecretaria de Comunicação Social (SUBSECOM), de segunda a sexta-feira, até às 17 horas, na Rodovia Prefeito Américo Gianetti, nº 4001, Edifício Gerais, 1º andar, Bairro Serra Verde – Belo Horizonte – MG, no prazo citado no item 2.4.1.

2.4.3 Os esclarecimentos adicionais, relativos ao texto deste Edital, quando envolverem interpretação sobre o preciso entendimento do que nele se contém, poderão ser obtidos junto à SUBSECOM, até o 5º dia útil anterior à entrega dos ENVELOPES 1 e 3, pelo e-mail gabsecom@governo.mg.gov.br.

2.4.4 Os questionamentos serão respondidos e disponibilizados a todos os interessados. O inteiro teor do pedido formulado, bem como da resposta estarão disponíveis no site da Secretaria de Estado de Governo, no endereço www.governo.mg.gov.br.

2.4.5 Os participantes deverão consultar diariamente o site da Secretaria de Estado de Governo, no endereço www.governo.mg.gov.br para verificação de inclusão de adendos e/ou esclarecimentos deste Edital.

2.4.6 É de exclusiva responsabilidade do interessado a obtenção de Adendos e/ou Esclarecimentos, não podendo alegar desconhecimento em relação às informações disponibilizadas relativas ao Edital.

2.5 Poderão participar desta concorrência as agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica e de

funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010, bem como atenderem as exigências constantes neste edital e seus anexos.

2.5.1 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Estado de Minas Gerais;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta;
- d) que tenham entre seus dirigentes, responsáveis técnicos, legais e/ou equipes técnicas, que sejam ocupantes de cargo ou emprego na administração direta ou indireta do Governo de Minas Gerais;
- e) estrangeira que não funcione no País.

2.6. Os contratos oriundos dessa licitação terão duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

2.6.1 O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

2.7. Pagamento do Serviço Contratado: em conformidade com o prescrito no Instrumento Contratual, modelo anexo a este edital.

2.8. O objeto licitado será adjudicado para os 07 (sete) vencedores de cada um dos 07 (sete) lotes, dentro dos valores estabelecidos nesse instrumento convocatório.

2.8.1. As agências ou consórcios poderão enviar propostas para concorrer em até 03 (três) lotes, podendo sagrar-se vencedor em todas que disputar. A agência não poderá concorrer sozinha e em consórcio para o mesmo lote.

2.8.2. As agências serão contratadas para atender aos seguintes órgãos da Administração Direta Estadual, conforme lotes abaixo, adotados os seguintes valores contratuais:

Lote 1: R\$ 25.000.000,00 (vinte e cinco milhões): Governadoria; Vice Governadoria; Secretaria de Estado de Governo; Secretaria de Estado de Fazenda; Secretaria de Estado de Casa Civil e de Relações Institucionais; Escritório de Representação do Governo de Minas em Brasília; Secretaria de Estado de Esportes.

Lote 2: R\$ 25.000.000,00 (vinte e cinco milhões): Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão; Secretaria de Estado de Transporte e Obras Públicas; Advocacia Geral do Estado; Controladoria Geral do Estado; Ouvidoria Geral do Estado; Gabinete Militar; Coordenadoria Executiva da Defesa Civil.
--

Lote 3: R\$ 15.000.000,00 (Quinze milhões): Secretaria de Estado de Saúde; Secretaria de Estado de Meio Ambiente.

Lote 4: R\$ 15.000.000,00 (Quinze milhões): Secretaria de Estado da Educação; Secretaria de Estado de Ciência Tecnologia e Ensino Superior.
Lote 5: R\$ 8.000.000,00 (Oito milhões): Secretaria de Estado de Turismo; Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico;
Lote 6: R\$ 7.000.000,00 (Sete milhões): Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento Secretaria de Estado de Defesa Social; Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais; Polícia Civil; Polícia Militar; Departamento Estadual de Trânsito; Secretaria de Estado de Desenvolvimento Agrário; Secretaria de Estado de Trabalho e Desenvolvimento Social; Secretaria de Estado de Desenvolvimento e Integração do Norte e Nordeste de Minas Gerais.
Lote 7: R\$ 5.000.000,00 (Cinco milhões): Secretaria de Estado de Cultura; Secretaria de Estado de Direitos Humanos, participação social e cidadania;

2.9. Para o exercício de 2016, as dotações orçamentárias da Secretaria de Estado de Governo, constante da Lei Orçamentária Anual do Exercício de 2016, quais sejam: 1491 04 131 070 2037 0001 339039 09 101 (Publicidade Institucional) e 1491 04 131 070 2037 0001 339039 08 101 (Publicações legais), bem como das suas dotações correspondentes para os exercícios seguintes constantes do Plano Plurianual de Ação Governamental.

2.9.2 As verbas porventura repassadas pelo Governo Federal ou por outros organismos, às Secretarias e Órgãos da Administração Direta Estadual listados no item 2.8, para realização de despesas de publicidade elencadas no item 1 deste Instrumento, decorrentes ou não de assinaturas de convênios, serão acobertadas por dotação orçamentária específica de cada Órgão/Secretaria ou do respectivo convênio, valendo o mesmo procedimento para as verbas relativas à contrapartida do Tesouro Estadual, quando for o caso, sempre respeitado o limite de gastos contratual. O processo da execução das despesas (empenho prévio, liquidação e pagamento) será de responsabilidade de cada Secretaria/Órgão conveniente, mediante prévia autorização da SUBSECOM, conforme estabelece art. 2º do Decreto nº 45.141.

2.9.2.1 Caberá às agências contratadas encaminhar mensalmente à Subsecretaria de Comunicação Social - Subsecom para fins de controle do saldo contratual, mediante recibo, o relatório de controle dos gastos efetivamente realizados, devidamente aprovado pela Secretaria/Órgão executor.

2.10 Caberão às agências contratadas apresentar garantia contratual de 3% (três por cento) do valor total do seu contrato, representado por Fiança Bancária, Seguro Garantia ou Caução em dinheiro ou em Título de Dívida Pública, conforme Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato.

2.10.1 O prazo de validade da garantia de que trata esse item será contado a partir da data de início da vigência do Contrato, especificado em sua Cláusula Décima Primeira, e deverá estender-se por mais 90 (noventa) dias após a data da conclusão dos serviços.

2.11 Será permitida a subcontratação apenas dos serviços de execução externa, conforme Cláusula Terceira da Minuta de Contrato - ANEXO D, vedada a subcontratação dos serviços, tais como estudos, planejamento, conceituação, concepção, criação e execução interna, cujos quesitos correspondentes foram objeto de pontuação na fase de classificação desta licitação.

2.12 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para o licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 4.7 deste edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus

anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.13 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que a SUBSECOM não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3. DO CREDENCIAMENTO E DA ENTREGA DAS PROPOSTAS

A licitação será processada, mediante a entrega, pelos licitantes, da documentação pertinente em 05 (cinco) envelopes, conforme o que se segue:

Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

a) Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade.

b) Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, em original com reconhecimento de firma ou em cópia devidamente autenticada pelo cartório competente e com poderes expressos para a prática de atos pertinentes ao presente certame. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

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

e) Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados neste Edital.

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

3.2 Proposta Comercial apresentada em 1 (um) invólucro (INVÓLUCRO 4).

3.3 Documentos de habilitação apresentados, após convocação, em um invólucro (INVÓLUCRO 5), fechado e rubricado no fecho, apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.

3.4 As Propostas Técnicas e Comercial de cada Licitante - Invólucros 1 a 4 – deverão ser entregues na sessão pública de abertura a ser realizada no dia 16/02/2016, às 14:00 horas, no auditório Paulo Camilo Pena, do BDMG – Bando de Desenvolvimento do Estado de Minas Gerais, Rua da Bahia, nº 1600, Funcionários, Belo Horizonte/MG, às 14:00 horas, conforme aviso publicado no jornal “Minas Gerais” e também indicado no site da Secretaria de Estado de Governo, no endereço www.governo.mg.gov.br; em invólucros separados, fechados e lacrados, constando externamente o seguinte:

INVÓLUCRO 1 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

ESTADO DE MINAS GERAIS - SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2015

NÃO ABRIR – DOCUMENTO DE LICITAÇÃO

DATA LIMITE PARA ENTREGA DA PROPOSTA: 16/02/2016 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

INVÓLUCRO 2 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA IDENTIFICADA

ESTADO DE MINAS GERAIS - SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2015

NÃO ABRIR – DOCUMENTO DE LICITAÇÃO

DATA LIMITE PARA ENTREGA DA PROPOSTA: 16/02/2016

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / FAX / E-MAIL DA LICITANTE - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

INVÓLUCRO 3 – PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

INVÓLUCRO 3 – PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

ESTADO DE MINAS GERAIS - SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2015

NÃO ABRIR – DOCUMENTO DE LICITAÇÃO

DATA LIMITE PARA ENTREGA DA PROPOSTA: 16/02/2016

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / FAX / E-MAIL DA LICITANTE - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

INVÓLUCRO 4 – PROPOSTA COMERCIAL

ESTADO DE MINAS GERAIS SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2015

NÃO ABRIR – DOCUMENTO DE LICITAÇÃO

DATA LIMITE PARA ENTREGA DA PROPOSTA: 16/02/2016

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

ENDEREÇO / TEL / FAX / E-MAIL DA LICITANTE - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

3.5 O Invólucro 1 – Plano de Comunicação - Via Não Identificada, não deverá conter qualquer tipo de identificação e será fornecido pelo CONTRATANTE nos termos do item 4.7 deste Edital.

3.6 A abertura das Propostas será em reunião pública, a ser realizada na mesma data imediatamente após a entrega das Propostas.

3.7 O Invólucro 5, contendo os Documentos de Habilitação, será entregue nos termos de convocação específica daqueles LICITANTES classificados no julgamento final das Propostas Técnica e Comercial.

3.8 Os Documentos de Habilitação e/ou as Propostas recebidas abertas ou por fax não serão considerados.

4. PROPOSTA TÉCNICA

4.1 A Proposta Técnica, cujo conteúdo é especificado no ANEXO I deste Edital, será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing (ANEXO H) e de um conjunto de informações referentes ao Licitante.

4.2 A Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação da Licitante para a execução do objeto desta licitação. A não apresentação de qualquer documento exigido neste Edital ensejará a desclassificação da Proposta.

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

4.4 As empresas que participarem sob a forma de consórcio apresentarão uma única Proposta Técnica, reunindo inclusive suas campanhas e soluções de comunicação.

4.5 A Proposta Técnica consiste na apresentação dos quesitos especificados, em laudas quantificadas adiante, cada uma contendo no máximo 25 linhas, com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12, com espaçamento entre linhas 1,5, com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página. Exceção para o item 2.3 (ANEXO I), referente ao Portfólio, que deverá ser apresentado em anexo.

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

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

4.7.1 O envelope deverá ser retirado na Subsecom, de segunda a sexta-feira, no horário de 09:00 às 12:00 horas e 14:00 às 17:00 horas, Cidade Administrativa - Ed. Gerais – 1º. Andar - Rodovia Prefeito Américo Gianetti, nº 4001, CEP 31.630.901, Bairro Serra Verde, Belo Horizonte – MG.

4.7.1.1 O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente e que tenha encaminhado o Termo de Recebimento do Edital.

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

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

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

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

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

4.9.1 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

4.10 Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos subitens 4.7.2 e 4.9 e demais disposições do instrumento convocatório.

5. PROPOSTA COMERCIAL

5.1 A Proposta Comercial – Envelope 4, deve estar vinculada ao objeto que pretende adjudicar, observado o seguinte:

5.1.1 Deverão ser apresentados honorários no percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo de 60% (sessenta por cento) incidentes sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

5.1.2. Deverão ser apresentados honorários no percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

5.1.3. Deverão ser apresentados honorários no percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo a 10 % (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de

comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

5.1.4. Deverão ser apresentados honorários no percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo a 15 % (quinze por cento), incidente sobre os preços de suprimentos externos, e serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

5.1.4.1 Compreende-se por suprimentos externos a contratação de serviços ou suprimentos para produção de “Spot”, Vídeo, material promocional, papelaria e outros serviços de natureza gráfica ou audiovisual. Para fins de credenciamento, o pretendo prestador de serviço deverá enviar à Subsecretaria de Comunicação Social documentos comprobatórios de sua atividade pertinente com o objeto contratado, demonstrando estar apto a prestar o serviço (veiculação/produção) solicitado.

5.1.4.2 Quando houver a necessidade de contratação de serviços gráficos diversos, incluindo produção e/ou instalação de placas para atendimento do objeto ora licitado, caberá à Superintendência Central de Publicidade proceder à cotação de preços, nos termos da legislação aplicável, e encaminhar a documentação original referente à cotação para agência de publicidade para os procedimentos cabíveis.

5.1.4.3 O disposto no item acima não se aplica nas situações em que o procedimento ali previsto não permitir a agilidade necessária, comprovada a necessidade de urgência, bem como nos casos em que houver a possibilidade de comprometimento da qualidade dos trabalhos, em virtude das especificações técnicas exigidas. Ambas as situações deverão ser formalmente fundamentadas e justificadas pela agência contratada e autorizadas pela Superintendência Central de Publicidade da Subsecretaria de Comunicação Social. Nesse caso, será mantida a regra geral de apresentação pela agência de 03 orçamentos de fornecedores credenciados pelo Estado, nos termos do art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.1.4. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas junto à SUBSECOM poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades descritas nos itens acima. A conferência, auditoria e pagamento são realizadas diretamente pela Subsecretaria de Comunicação Social, nos termos da Resolução SEGOV nº 474, de 16 de outubro de 2015

17.7 O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pela CONTRATADA à CONTRATANTE de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

5.1.5. A pontuação da Proposta de Preços será apurada conforme, a seguinte tabela:

Subitem	Valores percentuais de honorários permitidos	Pontos obtidos
5.1.1	De 10% a 60%	$P1 = 48 - (0,8 \times \text{Valor percentual de honorários proposto})$

5.1.2	De 5% a 10%	$P2 = 40 - (4,0 \times \text{Valor percentual de honorários proposto})$
5.1.3	De 5% a 10%	$P3 = 40 - (4,0 \times \text{Valor percentual de honorários proposto})$
5.1.4	De 10% a 15%	$P4 = 60 - (4,0 \times \text{Valor percentual de honorários proposto})$

*O item 5.1.1 foi valorado em 40% da nota total final, ao passo que os outros 3 itens têm peso de 20% da nota total final cada.

5.1.6. A pontuação de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 5.1.5, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$.

5.1.7 Quando se tratar de veiculação de publicações legais (editais, avisos, comunicados), serão praticadas as seguintes taxas de remuneração:

- a) 5% (cinco por cento) quando se tratar de veiculação local;
- b) 10% (dez por cento) quando se tratar de veiculação estadual;
- c) 15% (cinco por cento) quando se tratar de veiculação nacional e/ou internacional.

5.1.8 Relativamente à veiculação, os serviços publicitários de que trata este Edital serão remunerados considerando-se o desconto concedido pelos veículos sobre seus preços de tabela, de acordo com o item 4.4 – Anexo B das Normas do CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão), incorporadas à legislação pertinente ao assunto, a saber:

INV. BRUTO (ANUAL) EM MÍDIA	PARCELA DO “DESCONTO DE AGÊNCIA (A REVERTER AO ANUNCIANTE)
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil
De R\$ 2.500.002,00 a R\$ 7.500.000,00	2% (dois por cento)
De R\$ 7.500.002,00 a R\$ 25.000.000,00	3% (três por cento)
Acima de R\$ 25.000.000,01	5% (cinco por cento)

5.2 A Proposta Comercial deverá ser redigida em português, impressa por processo eletrônico, sem emendas, rasuras, borrões, acréscimos ou entrelinhas, em papel timbrado ou com carimbo padronizado da Licitante. Deverá ser datada e assinada na última folha, com o nome legível do signatário, responsável legal da Licitante. Deverá conter a denominação social, o endereço com CEP, telefone, “fax”, e-mail e o número desta Concorrência.

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

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

5.5 As Licitantes deverão apresentar, dentro do Envelope 4, duas vias da Proposta Comercial. Deverão constar na Proposta, obrigatoriamente, todos os textos contidos no modelo do ANEXO B, apresentado neste Edital.

5.6 O prazo de validade da Proposta Comercial deverá ser de 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação.

5.7 A CONTRATANTE não pagará nenhum outro valor além do preço contratado, cabendo à Licitante considerar todos os custos diretos e indiretos, necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta licitação, tais como: despesas com mão-de-obra, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe da Licitante, materiais, equipamentos, frete, seguros, tributos e contribuições parafiscais assim como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.

5.7.1 Para fins de formulação de sua proposta as Licitantes deverão pautar-se, desde já, assim como, considerar como futura obrigação contratual, o cumprimento dos princípios éticos de conduta profissional.

6. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Os Documentos de Habilitação, contidos no Envelope 5, serão apresentados apenas pelas Licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e Comercial, nos termos de convocação prevista no item 3.3.

Se a licitante concorrer e classificar-se em mais de um lote, deverá cumprir os requisitos de habilitação de forma cumulativa, conforme itens a seguir.

Os Documentos de Habilitação, relacionados a seguir, deverão ser apresentados em uma única via, com as páginas numeradas sequencialmente, na forma original ou em cópias autenticadas, ou através de publicações de órgão de imprensa oficial. São eles:

6.1 Habilitação Jurídica

a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores, devidamente registrado na Junta Comercial e publicado.

b) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

c) Registro Comercial, no caso de empresário.

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

e) cópia da cédula de identidade e do CPF dos responsáveis legais da licitante.

6.2 Regularidade Fiscal

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) do Ministério da Fazenda.

- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuinte Estadual ou Municipal, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratado.
- c) Prova de regularidade perante as Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante. A prova de regularidade para com a Fazenda Federal deverá ser feita mediante a apresentação da Prova de Quitação com a Receita Federal do Brasil (conjunta); a regularidade para com a Fazenda Estadual e Municipal, através da Certidão de Tributos Mobiliários do domicílio ou sede da Licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei.
- d) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, através da apresentação do CRS – Certificado de Regularidade de Situação.
- e) Prova de regularidade perante o Instituto Nacional de Seguro Social – INSS, através da Certidão Negativa de Débito (CND).

OBS: Os documentos deverão estar dentro do prazo de suas respectivas validades.

6.3 Qualificação Econômico-Financeira

- a) Certidão Negativa de falência, concordata ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
 - a.1) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.
 - b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação das Propostas.
 - b.1) a licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência;
 - b.2) entenda-se por “na forma da lei”:
 - I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969);
 - II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976);
 - III - sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.
- 6.3.1 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea “b” do subitem 6.3, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

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

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

b) das demonstrações contábeis referidas na alínea “b1” do subitem 6.3, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (≥ 1):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

c) O patrimônio líquido exigido será de 5% (cinco por cento) sobre o valor do lote que a licitante ou consórcio pretenda concorrer. A licitante ou consórcio que pretenda concorrer em mais de um lote, deverá apresentar patrimônio líquido de 5% (cinco por cento) sobre o valor somado dos lotes que pretenda concorrer.

d) Na hipótese de consórcio, o patrimônio líquido exigido no item anterior será calculado pela somatória do patrimônio líquido das empresas consorciadas, na proporção de sua respectiva participação na constituição do consórcio.

6.3.2 Os índices de que tratam as alíneas “a e “b” do subitem 6.3.1 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

6.4 Qualificação Técnica

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

b) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto da licitação, mediante apresentação de ao menos 1 (um) atestado ou contrato firmado com pessoa jurídica de direito público ou privado que demonstre a criação e veiculação de campanha publicitária que tenha por orçamento um montante equivalente a 10% (dez por cento) do valor do lote que pretenda concorrer. A licitante ou consórcio que pretenda concorrer em mais de um lote, deverá apresentar o atestado ou contrato do valor somado dos lotes que pretenda concorrer. Não é admitida a soma de contratos ou atestados para fins de se alcançar o montante previsto neste item.

c) Declaração de que no prazo de 30 dias após adjudicado o objeto, apresentará relação da estrutura básica da Licitante compatível com o objeto licitado, contendo indicação das instalações

e do aparelhamento adequado e disponível à execução dos serviços, bem como da Equipe Técnica que se responsabilizará pelos trabalhos. A estrutura da licitante deverá contar, no mínimo, com os seguintes profissionais, a serem indicados: (1) responsável pelo setor administrativo (1) especialista em publicidade; (1) um diretor de arte; (1) um atendimento, (1) planejamento, (1) criação, (1) produtor gráfico e (1) mídia. A licitante ou consórcio que pretenda concorrer em mais de um lote, deverá apresentar equipe técnica distinta para cada um dos lotes que adjudicar.

d) No caso de consórcio, a documentação de habilitação deverá ser avaliada em conjunto, na forma dos itens 6.3.1 e do Termo de Compromisso para a Constituição de Consórcio, na forma do ANEXO F, subscrito pelos representantes legais das empresas consorciadas, do qual deverão constar as seguintes cláusulas específicas:

- A indicação do percentual de participação de cada empresa no consórcio e a designação da empresa líder que será a responsável, perante a CONTRATANTE, pelo cumprimento dos compromissos assumidos nas propostas, sem prejuízo da responsabilidade solidária das demais empresas consorciadas.

- A CONTRATANTE reserva-se o direito de conferir as informações prestadas por meio de consultas e visitas às empresas emitentes dos atestados.

6.5 Declaração em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, de que não emprega menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menores de 16 (dezesesseis) anos, em qualquer trabalho, para efeito do disposto no inciso V, do artigo 27 e inciso XVIII, do artigo 78 da Lei 8.666, de 21/06/1993, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos na forma da Lei, em papel timbrado, datada e assinada pelo representante legal da empresa.

7. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

7.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

8. FORMAÇÃO DE CONSÓRCIO

As empresas que decidirem constituir-se em consórcio para participarem da Concorrência deverão apresentar, juntamente com os documentos de habilitação, um Termo de Compromisso, conforme ANEXO F, por instrumento público ou particular, subscrito pelos consorciados manifestando essa intenção.

8.1 O “Termo de Compromisso de Constituição de Consórcio” deverá indicar a participação societária de cada empresa.

8.2 As licitantes consorciadas ficam obrigadas a promover, antes da celebração do contrato, a constituição e o registro do consórcio, nos termos do compromisso juntado ao processo licitatório. As notas fiscais decorrentes da prestação de serviços devem ser apresentadas em nome do Consórcio.

8.3 A indicação da empresa líder será feita sem prejuízo da responsabilidade solidária dos outros membros pelo bom desempenho do consórcio perante a CONTRATANTE e pelo integral cumprimento das obrigações assumidas, seja na fase de licitação, seja na fase de execução do CONTRATO.

8.4 A empresa líder do consórcio, em nome de todas as empresas consorciadas, se responsabilizará, perante a CONTRATANTE, por todos os aspectos administrativos, para fins desta licitação, e por todos os aspectos técnicos e administrativos para fins de execução do CONTRATO dela decorrente.

8.5 As empresas consorciadas serão solidariamente responsáveis pelos atos praticados, tanto na fase de licitação quanto na de execução do contrato. No caso de ação judicial, a CONTRATANTE poderá movê-la, contra uma ou contra todas as consorciadas.

8.6 Caso os serviços venham ser adjudicados a um consórcio, deverá ser apresentado, previamente à assinatura do CONTRATO decorrente do certame, o documento formal de sua constituição legal, contemplando cláusula de solidariedade com o seguinte teor:

CLÁUSULA: As Consorciadas declaram, para todos os fins de direito, que são solidariamente responsáveis por todas as obrigações assumidas no Contrato decorrente do Processo Licitatório perante a CONTRATANTE, enquanto essas perdurarem, inclusive por todas as penalidades devidas em caso de descumprimento de qualquer dispositivo daquele Contrato. Assim pode a CONTRATANTE, a qualquer tempo, exigir, cobrar e/ou acionar qualquer das Consorciadas, em conjunto ou separadamente e na ordem que, a seu exclusivo critério, lhe for de maior conveniência, para o cumprimento de qualquer disposição contida no Contrato.

8.7 Os acordos de restrição e limitação da responsabilidade que as empresas integrantes do Consórcio tenham entre si não limitarão a responsabilidade das mesmas frente à CONTRATANTE.

8.8 Sem prejuízo do direito da CONTRATANTE em rescindir o Contrato, em caso de eventual dissolução, falência ou processo de recuperação judicial ou extrajudicial de qualquer dos integrantes do Consórcio, ou, caso algum dos integrantes deste se mostre incapaz de cumprir suas obrigações contratuais, os demais integrantes assumirão as responsabilidades e compromissos do referido integrante, impedindo quaisquer consequências ou prejuízos às obrigações assumidas pelo Consórcio em decorrência do Contrato, bem como quaisquer reivindicações, reclamações, ações judiciais e/ou recursos em face das CONTRATANTES em virtude de tal fato.

8.9 A composição do consórcio poderá ser alterada com a anuência da CONTRATANTE, desde que a nova empresa atenda aos requisitos de habilitação da CONTRATANTE, mantidas as cláusulas e condições contratuais e desde que não prejudique a execução do contrato.

8.10 Os consorciados não poderão alterar as condições de habilitação requeridas.

9. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, nomeada nos termos da Resolução SEGOV nº 466, de 29 de setembro de 2015, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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

9.2.1 Um dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Estado de Minas Gerais.

9.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pelo Estado de Minas Gerais.

9.3.1 A relação dos nomes será publicada pela Subsecretaria de Comunicação Social, no Diário Oficial do Estado, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

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

9.3.3 A relação prevista no subitem 9.3.1 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Estado de Minas Gerais.

9.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 9.3.1, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.

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

9.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 9.

9.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 9.3.

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

9.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 9.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

Do Processamento e Julgamento das Propostas

9.7 Os envelopes com as Propostas Técnicas (Envelopes 1 a 3) e as Propostas de Preços (Envelope 4) serão entregues à Comissão Especial de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário determinados conforme aviso publicado no jornal “Minas Gerais” e também indicado no site da Secretaria de Estado de Governo, no endereço www.governo.mg.gov.br. Os representantes legais das Licitantes, ou seus procuradores regularmente constituídos e presentes, assinarão a Lista de Presença, após o que será declarada aberta a reunião.

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

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

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

9.10 Recebidos os envelopes, a Comissão Especial de Licitação abrirá os Envelopes 1 – Proposta Técnica - Plano de Comunicação Via Não Identificada e Envelope 3 – proposta Técnica - Conjunto de Informações. As propostas serão rubricadas pelos seus respectivos membros.

9.11 Os Envelopes abertos e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

9.12 A Subcomissão Técnica procederá à análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (Envelope 1) e do Conjunto de Informações (Envelope 3), respeitado o procedimento e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas nesse instrumento, observado o disposto no subitem 4.9.

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

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

- a) Abertura do Envelope 2 com a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- b) Cotejo entre as Vias Identificadas e as Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
- c) Verificação da Pontuação Total obtida pelos licitantes, considerados os dois Envelopes (1 e 3), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista no item VII do Anexo J e desclassificação daqueles que não obtiverem a pontuação mínima exigida de 70% (setenta por cento) do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Envelopes 1 e 3).
- d) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica, obtendo-se a classificação dessa etapa, observado o disposto no item 2.3 do Anexo J.
- e) Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as Propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

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

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

9.15.2 Admite-se novo recurso apenas se fundamentado em novas razões ou novos argumentos agregados ao resultado em razão do julgamento do recurso anterior.

9.16 Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Especial de Licitação convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à abertura do Envelope 4 com as Propostas de Preços dos licitantes classificados na fase anterior, adotando-se o procedimento e regras previstas no Anexo J para o Julgamento da Proposta de Preço e Pontuação Final.

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

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

9.17.2 Admite-se novo recurso apenas se fundamentado em novas razões ou novos argumentos agregados ao resultado em razão do julgamento do recurso anterior.

9.18 Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, a Comissão Especial de Licitação apurará os vencedores nos termos do disposto no Anexo J e convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à apresentação do Envelope 5 – Documentos de Habilitação pelas LICITANTES classificadas no julgamento final das propostas, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e nesse Edital.

9.18.1 A avaliação dos documentos de habilitação será feita com base nas disposições previstas no item “6. Documentos de Habilitação”, do Edital, sendo consideradas habilitadas as que atenderem a todas as exigências previstas no referido item 6.

9.19 O resultado da Habilitação constará de ata de julgamento e será publicado no jornal “Minas Gerais”, salvo se presentes as LICITANTES no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

9.20 Inabilitada a LICITANTE que tenha sido considerada vencedora, essa deverá ser desclassificada e excluída da lista de classificação final e a Comissão Especial de Licitação repetirá os atos previstos a partir do item 9.18 acima, observando a nova classificação final.

Da Homologação e Adjudicação

9.21. Reconhecida a habilitação, o objeto licitado será homologado e adjudicado à agência de propaganda ou consórcio que vencer a concorrência de cada lote, observada a ordem de classificação das propostas.

9.21.2. Na hipótese de eventual agência não se interessar e renunciar o direito sobre lote a que faça jus, a adjudicatária decairá do direito à contratação, reservando-se a CONTRATANTE o direito de convocar a segunda classificada, e assim sucessivamente, para negociações, observadas as condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto ao preço.

Disposições Gerais

9.22 Em todas as sessões públicas serão lavradas atas circunstanciadas, assinadas pela Comissão de Licitação e pelos representantes das Licitantes presentes.

9.23 Das decisões da Comissão de Licitação cabem recursos administrativos nos termos do art. 109 da Lei nº 8.666/93. Não serão conhecidos recursos encaminhados via “fax”, ou que não sejam dirigidos à Comissão de Licitação, ou, ainda, entregues em local e horário diverso ao estipulado no subitem abaixo. As decisões dos recursos serão comunicadas às Licitantes, mediante publicação na Imprensa Oficial.

9.23.1 O recurso administrativo deverá ser entregue na SUBSECOM, Edifício Gerais, 1º andar, na Cidade Administrativa Tancredo Neves, na Rodovia Prefeito Américo Gianetti, nº 4001, bairro Serra Verde, Belo Horizonte - Minas Gerais, no horário de 10h00 às 12h00 e de 14h00 às 18h00.

10. RESULTADO DA CONCORRÊNCIA

O resultado final da Concorrência constará da Ata de Julgamento e será publicado no Diário Oficial do Estado de Minas Gerais, salvo se presentes os licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata, abrindo-se o prazo legal de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos nos termos da Lei n.º 8.666/93.

11. GARANTIA

11.1 Fica estabelecido que a proponente declarada vencedora da licitação, no prazo de até 30 (trinta) dias, após a data de início da vigência do Contrato, especificada em sua Cláusula Quarta, deverá apresentar garantia de 3% (três por cento) do valor anual do Contrato, em uma das seguintes modalidades:

- a) Caução em dinheiro ou em Títulos de Dívida Pública;
- b) Seguro Garantia;
- c) Fiança Bancária.

11.1.1 A Caução prestada em dinheiro deverá ser recolhida em favor da CONTRATANTE, em conta bancária. O número da conta bancária deverá ser solicitado à Comissão Especial de Licitação;

11.1.2 A Fiança Bancária deverá ser prestada na forma do modelo do ANEXO C, que integra este Edital, sendo obrigatória à renúncia, pelo Banco fiador, do benefício de ordem a que se referem os artigos 827, 828 e 837 do Código Civil Brasileiro. Quando prestada por instituição financeira não sediada no Brasil, a fiança deverá ser ratificada por estabelecimento bancário com agência autorizada a funcionar no Brasil e vir acompanhada de declaração do Banco, confirmando que os detentores de seu controle acionário não participam da direção ou do controle da Licitante.

11.1.3 No caso de utilização do Seguro Garantia, a apólice correspondente indicará a CONTRATANTE como beneficiária (segurada) devendo ser adotado o modelo aprovado pela Superintendência de Seguros Privados – SUSEP, órgão vinculado ao Ministério da Fazenda. Deverá ser anexada à apólice:

- a) Certidão de Regularidade expedida pela Superintendência de Seguros Privados – SUSEP, atestando que está em total cumprimento com suas obrigações junto à mesma;
- b) Atestado emitido pelo IRB – Brasil Resseguros S.A. informando que está operando segundo suas normas e que está em dia com o pagamento das suas contas de resseguro.

11.1.4 A garantia oferecida não poderá conter qualquer tipo de ressalva ou condições que possam dificultar ou impedir sua execução ou ainda que deixem dúvidas quanto à firmeza da garantia oferecida.

11.1.5 O Seguro deverá garantir o fiel cumprimento das obrigações assumidas pelo tomador no contrato principal, firmado com a CONTRATANTE, bem como obrigações quanto ao pagamento de tributos, obrigações trabalhistas de qualquer natureza, de seguridade social, indenizações a terceiros.

11.1.6 O prazo de validade da garantia de que trata esse item será contado a partir da data de início da vigência do Contrato, especificado em sua Cláusula Quarta, e deverá estender-se por mais 90 (noventa) dias após a data da conclusão dos serviços.

11.1.7 A CONTRATANTE se reserva o direito de promover diligências para verificar a documentação acima.

12. SANÇÕES

12.1 A recusa da adjudicatária em assinar o Contrato, no prazo estabelecido no item 15.1, caracterizará o descumprimento integral da obrigação assumida, sujeitando-a a multa de 10% (dez por cento) do valor total a contratar, sem prejuízo das demais penalidades previstas neste Edital.

12.2 A penalidade prevista no item 12.1 acima poderá ser aplicada juntamente com as estabelecidas nas Cláusulas do Inadimplemento Contratual, da Rescisão e Penalidades da Minuta de Contrato - ANEXO D deste Edital, garantida a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 2 (dois) dias úteis.

13. REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO DA LICITAÇÃO

13.1 A autoridade competente para determinar a contratação poderá revogar a licitação em face de razões de interesse público, derivadas de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de qualquer pessoa, mediante ato escrito e fundamentado.

13.2 A anulação do procedimento licitatório induz à do Contrato.

13.3 No caso de revogação ou anulação da presente licitação ficam assegurados o contraditório e a ampla defesa.

14. RECEBIMENTO DO OBJETO

Os recebimentos provisório e definitivo serão realizados na forma do artigo 73, inciso I da Lei nº 8.666/93 e respectivas alterações, observadas as demais condições previstas neste item para o recebimento dos serviços.

15. ASSINATURA DO CONTRATO

15.1 Após a homologação da Concorrência pela Autoridade Competente, as licitantes vencedoras serão convocadas a assinar o contrato nos termos da minuta – ANEXO D, deste Edital, no prazo de 05 (cinco) dias após a notificação da CONTRATANTE, devendo demonstrar, também neste prazo, que as certidões apresentadas por ocasião da habilitação encontram-se válidas (Certificado de Regularidade da Situação do FGTS, Certidão Negativa de Débito do INSS/CND, Certidão Negativa de Falência).

15.2 A recusa da adjudicatária em assinar o contrato, no prazo estabelecido no item anterior, caracterizará o descumprimento integral da obrigação assumida, sujeitando-a a multa de 10% (dez por cento) do valor total a contratar, sem prejuízo das demais penalidades previstas na Lei 8.666, de 21/06/93 e outras sanções de natureza cadastral.

15.3 Na hipótese acima, a adjudicatária decairá do direito à contratação, reservando-se a CONTRATANTE o direito de convocar a segunda classificada, e assim sucessivamente, para negociações, observadas as condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto ao preço.

15.4 O foro competente para dirimir quaisquer controvérsias oriundas da presente Concorrência será o da Comarca de Belo Horizonte - MG, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

15.5 Quando da celebração de termos aditivos ao contrato, será exigido da CONTRATADA, a documentação citada no item 15.1, acima descrita.

16. ACOMPANHAMENTO DO CONTRATO

16.1 As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

16.1.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

16.2 As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

17. DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

17.1 Os custos e as despesas de veiculação apresentados à CONTRATANTE para pagamento deverão ser acompanhados da respectiva nota fiscal – ou documento que o substitua –, bem como a demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente. Nas praças não cobertas por serviço de checagem, deve ser apresentada Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: - razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação. Esta declaração deverá ter firma reconhecida notarialmente.

17.1.1 Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

17.1.1.1 É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no subitem 17.1.1 acima.

17.2 A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem 17.1.1.1 acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

17.3 Sob pena de aplicação das sanções previstas no caput do artigo 87 da Lei 8.666/93, a agência de propaganda não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo previstos no subitem 17.1.1.1 aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

17.4 O desrespeito ao disposto no item acima constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993.

17.5 Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

17.6 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, previstas no item 1.3 deste Edital.

17.7 O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pela CONTRATADA à CONTRATANTE de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

17.7.1 No caso do item acima, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

17.7.1.1 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no subitem acima.

17.8 É facultada à Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório.

17.9 A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

17.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a SUBSECOM comunicará os fatos verificados à Advocacia Geral do Estado e Controladoria Geral do Estado, para as providências cabíveis.

17.11. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro de Belo Horizonte/MG, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

18. ANEXOS QUE INTEGRAM ESTE EDITAL

1-ANEXO A – Condições Gerais para Apresentação das Propostas.

2-ANEXO B – Modelo de Carta-Proposta.

3-ANEXO C – Modelo de Carta de Fiança Bancária para Garantia de Execução do Contrato. 4-ANEXO D – Minutas de Contrato.

5-ANEXO E – Empregador Pessoa Jurídica/Declaração.

6-ANEXO F – Minuta de Termo de Compromisso para a Constituição de Consórcio.

7-ANEXO G – Lista de Referência de Custos de Serviços Internos do SINAPRO/MG, em vigor na data do anúncio desse Edital no jornal “Minas Gerais”.

8-ANEXO H – “Briefing” – Elaboração da Proposta Técnica.

9-ANEXO I – Conteúdo da Proposta Técnica.

10-ANEXO J – Procedimento Para Julgamento Das Propostas

Belo Horizonte, de dezembro de 2015.

Cristina Rocha Guimarães - Matrícula 101591 (BDMG) Presidente da Comissão Especial de Licitação

Gilvan Vieira Martelo - MASP 1042227-7 – Membro da Comissão Especial de Licitação

Cláudio Márcio Guisoli, Masp 356215-4 – Membro da Comissão Especial de Licitação

Adriana Drumond Gervásio Masp 385986-5 – Membro da Comissão Especial de Licitação

ANEXO A

CONDIÇÕES GERAIS PARA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

1. CONDIÇÕES GERAIS

1.1 A simples apresentação de proposta importa irrestrita e irrevogável aceitação das condições da Licitação e dos termos deste Edital, por parte das participantes.

1.2 A não apresentação, no momento próprio, de qualquer documento exigido neste Edital, implicará a rejeição da proposta da interessada ou em sua desqualificação, se for o caso.

1.3 Observado o disposto no item anterior, a CONTRATANTE reserva-se o direito de solicitar esclarecimentos ou informações complementares relativas às propostas e aos documentos de habilitação apresentados, bem como exigir a exibição do documento original, caso haja dúvida quanto à autenticidade da cópia. A falta ou insuficiência do atendimento dessa solicitação excluirá a interessada do processo seletivo.

1.4 Até a celebração do contrato, a CONTRATANTE reserva-se o direito de, a seu exclusivo critério, revogar a licitação por interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou mediante provocação de terceiros, bem como cancelar a adjudicação e desclassificar a proposta vencedora, se tomar conhecimento de fato, anterior ou posterior ao julgamento, que demonstre dolo ou má fé da licitante, ou que comprometa a sua idoneidade técnica, financeira ou administrativa, sem que destas decisões possam resultar, em qualquer caso, reclamações ou direito à indenização de espécie alguma.

1.5 Nenhuma empresa participante deste processo de seleção pode ignorar a legislação no que diz respeito aos efeitos da execução do contrato pela vencedora.

1.6 As empresas participantes serão representadas nos atos e reuniões da Concorrência por seus representantes legais e ou por procurador devidamente constituído por instrumento de mandato, entregando os documentos comprobatórios à Comissão de Licitação na sessão pública de abertura dos ENVELOPES.

ANEXO B**MODELO DE CARTA-PROPOSTA**

ESTADO DE MINAS GERAIS SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO

SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Assunto: Processo de Licitação n.º: Data: / _/

Objeto: Contratação de serviços de publicidade através de 07(sete) agências de publicidade e propaganda.

Prezados Senhores:

Após tomarmos conhecimento de todos os documentos deste Edital de Licitação, submetemos à apreciação da CONTRATANTE a nossa proposta de n.º.....

Certificamos que todos os documentos foram examinados, e que assumimos total responsabilidade por quaisquer erros ou omissões na preparação desta proposta.

Confirmamos a disponibilidade de equipamentos e equipe técnica necessária à execução dos serviços.

Honorários	Valor dos Honorários em (%)
Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.	____% (extenso)
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.	____% (extenso)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.	____% (extenso)

Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.	____% (extenso)
--	-----------------

Não se admitirá proposta que apresente preços globais ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos.

No caso de adjudicação do objeto licitado, concordamos em assinar o Contrato no prazo estabelecido pela CONTRATANTE.

Declaramos:

- aceitar integralmente as regras desta Concorrência, bem como a legislação a que ela está subordinada;
- não adotar relação trabalhista caracterizando trabalho forçado ou análogo a trabalho escravo, para fins do disposto nas Leis n ° 9.777, de 30/12/1998, n° 10803, de 11/12/2003 e Lei Complementar n° 75, de 20/05/93;
- conhecer o volume de serviços a serem executados, bem como possuir equipe técnica qualificada que atenda à perfeita prestação dos serviços objeto desta contratação.

As condições apresentadas nesta proposta serão mantidas por um período de 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação.

Caso seja declarado vencedor, a pessoa indicada para assinatura do instrumento contratual é:

NOME COMPLETO:

CARGO/QUALIFICAÇÃO:

CPF OU IDENTIDADE:.....

Assinatura do representante legal da Licitante (devidamente qualificado)

Razão Social: CNPJ/MF:

Endereço: CEP:

Telefone:

ANEXO C**MODELO DE CARTA DE FIANÇA**

(Local e data)

Ref.: Carta de Fiança para Garantia de Fiel Cumprimento do CONTRATO de prestação dos serviços de

DADOS GERAIS

VALOR:

VALIDADE:

VENCIMENTO:

FIADOR:

BANCO:

AFIANÇADA:

FAVORECIDA: SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO CNPJ 05475103/0001-21

Pela presente, o FIADOR, por seus representantes ao final assinados, obriga-se perante a FAVORECIDA, como fiador e principal pagador do AFIANÇADO, com expressa renúncia aos benefícios estatuídos nos artigos 827, 828 e 837 da Lei Federal n.º 10.406, de 10/02/2002 – Código Civil Brasileiro, e nos termos do art. 595 do Código de Processo Civil, responsabilizando-se solidariamente até o valor da fiança prestada e dentro do prazo estabelecido, exclusivamente pela cobertura de toda e qualquer responsabilidade do AFIANÇADO, decorrente das obrigações por estes assumidas junto da FAVORECIDA: EM GARANTIA DO CONTRATO DE....., CONCORRÊNCIA N°

O FIADOR obriga-se, obedecido ao limite acima especificado, a atender, dentro de 48 (quarenta e oito) horas, as requisições de pagamento de quaisquer importâncias cobertas pela referida caução, desde que exigida pela FAVORECIDA, independentemente de interferência do AFIANÇADO em ordem judicial ou extrajudicial.

Obriga-se, ainda, o FIADOR, pelo pagamento de despesas judiciais, na hipótese de ser a FAVORECIDA compelida a ingressar em juízo para demandar o cumprimento de qualquer obrigação assumida pelo AFIANÇADO.

Esta garantia só será retratável em caso do AFIANÇADO substituir o valor garantido nos termos desta Carta de Fiança por dinheiro, títulos ou nova Carta de Fiança, que seja aceita pela FAVORECIDA.

Para todos os efeitos de direito, inclusive na esfera penal, declarando, sob as penas da lei, que a presente Fiança está devidamente contabilizada em seus registros e, por isso, é boa, firme e valiosa, satisfazendo, além disso, as determinações do Banco Central do Brasil aplicáveis às operações bancárias.

Este Banco obriga-se, antes de considerar vencida a presente Fiança, a obter da CONTRATANTE a confirmação da liberação da AFIANÇADA quanto às obrigações por ela assumidas na proposta apresentada.

Declara, finalmente, este Banco, que os detentores do seu controle acionário não participam da direção ou do controle da empresa AFIANÇADA.

O foro para toda e qualquer ação ou execução desta Carta de Fiança será, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, o da cidade de Belo Horizonte – Minas Gerais.

A presente Fiança vigorará pelo prazo de meses, a contar desta data.

Atenciosamente,

Assinatura(s) do(s) representantes(s) legal(ais) do Banco

OBS.:

- a) Reconhecer firma do FIADOR, do AFIANÇADO e das TESTEMUNHAS;
- b) A data do vencimento terá de ser igual ou superior a noventa dias após a conclusão dos serviços;
- c) Anexar cópia autenticada dos documentos comprobatórios da condição do(s) representante(s) legal(is) do fiador/signatário(s);

ANEXO D**MINUTA DE CONTRATO**

CONTRATO N.º

Contrato de prestação de serviços que entre si celebram o Estado de Minas Gerais, por intermédio da Secretaria de Estado de Governo, e a empresa _____

Contrato originário da licitação na modalidade de CONCORRÊNCIA PÚBLICA n.º 01/2015, para a prestação de serviços de propaganda e publicidade.

Este contrato será regido pelas Leis Federais n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, 8.666, de 21 de junho de 1993, 12.232, de 29 de abril de 2010, Decreto Federal n.º 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, de 1978, e Normas Padrão de Atividade Publicitária, contidas em documento assinado pelas entidades nacionais representativas dos segmentos que compõem esta atividade, em São Paulo, no dia 16/12/98, sob a orientação do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão e, Decretos n.º 45.902, de 27 de janeiro de 2012, n.º 37.924, de 16 de maio de 1996, e n.º 45.035, de 02 de fevereiro de 2009, com suas alterações posteriores.

Cláusula Primeira - DAS PARTES

I - CONTRATANTE: ESTADO DE MINAS GERAIS, por intermédio da SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO, localizada na Cidade Administrativa Pres. Tancredo Neves, Rodovia Pref. Américo Giannetti, s/n, 1º andar do Edifício Gerais, Bairro Serra Verde, Belo Horizonte/MG – CEP 31.630-901, CNPJ: 05.475.103/0002-21, neste ato representada por Francisco Eduardo Moreira, Secretário Adjunto de Governo, MASP: 1.379.394-8, CPF: 043.684.756-66 e pelo Gestor do Contrato servidor Leonardo Dias Saraiva, MASP 1.381.327-4, Diretor da Superintendência Central de Publicidade.

II - CONTRATADA: Nome empresarial:

Endereço: CNPJ:

Representante Legal: <inserir nome, número do documento de identidade e do CPF>

Cláusula Segunda - DO OBJETO

Este contrato tem por objeto a prestação de serviços de propaganda e publicidade sendo estes entendidos como os definidos na Lei Federal n.º 12.232/2010, de acordo com as especificações e detalhamentos do Edital de Licitação, modalidade Concorrência Pública n.º 001/2015 e seus Anexos que, juntamente com a proposta da CONTRATADA, passam a integrar este instrumento, independentemente de transcrição.

2.1. Para execução dos serviços objeto do presente contrato, não fica a Administração Pública Estadual impedida de contratar diretamente com o Órgão Oficial do Estado, sem que caibam à CONTRATADA pagamento relativos a estes serviços.

2.2 O objeto deste contrato será para atendimento aos órgãos da Administração Direta Estadual, quais sejam: (incluir órgãos conforme lote contratado).

Cláusula Terceira - DO VALOR DO CONTRATO

O valor estimado do presente contrato é de R\$ (valor do respectivo lote), e será pago à medida em que apresentada, pela CONTRATADA, fatura ou nota fiscal dos serviços prestados, observada sua proposta comercial e os procedimentos previstos na cláusula quinta do presente contrato.

3.1 Relativamente à veiculação, os serviços publicitários de que trata este Edital serão remunerados considerando-se o desconto concedido pelos veículos sobre seus preços de tabela, de acordo com o item 4.4 – Anexo B das Normas do CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão), incorporadas à legislação pertinente ao assunto, a saber:

INV. BRUTO (ANUAL) EM MÍDIA	PARCELA DO “DESCONTO DE AGÊNCIA (A REVERTER AO ANUNCIANTE)
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil
De R\$ 2.500.002,00 a R\$ 7.500.000,00	2% (dois por cento)
De R\$ 7.500.002,00 a R\$ 25.000.000,00	3% (três por cento)
Acima de R\$ 25.000.000,01	5% (cinco por cento)

3.2 A CONTRATADA será remunerada na forma das disposições legais aplicáveis à espécie e referidas no parágrafo anterior desta Cláusula obedecido o desconto fixo concedido na sua Proposta Comercial, quais sejam:

Honorários	Valor dos Honorários em (%)
Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.	____% (extenso)
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.	____% (extenso)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.	____% (extenso)

Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.	_____ % (extenso)
--	-------------------

3.3 Quando se tratar de veiculação de publicações legais (editais, avisos, comunicados) serão praticadas as seguintes taxas de remuneração:

- 5% (cinco por cento) quando se tratar de veiculação local;
- 10% (dez por cento) quando se tratar de veiculação estadual;
- 15% (cinco por cento) quando se tratar de veiculação nacional e/ou internacional.

3.4 O valor referido no caput desta Cláusula inclui todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita execução dos serviços, tais como as despesas com mão-de-obra e os encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal e de seguros, tributos e contribuições parafiscais, assim como o lucro, razão pela qual nenhum outro valor será devido pela CONTRATANTE em decorrência da execução dos serviços contratados.

Cláusula Quarta - DO LOCAL E DO RECEBIMENTO

A CONTRATADA obriga-se a executar o objeto descrito neste contrato e no Edital da Concorrência Pública nº. 001/2015, no endereço indicado na Cláusula Primeira deste instrumento.

I - A execução do objeto dar-se-á nas condições estabelecidas neste contrato e no Edital da Concorrência Pública nº. 001/2015, mediante solicitação da Superintendência Central de Publicidade.

II – O recebimento do objeto, pelo CONTRATANTE, dar-se-á por meio dos seguintes procedimentos, observando o disposto no art. 74 da Lei Federal nº. 8.666/93:

- a) provisoriamente, para efeito de posterior verificação da conformidade do objeto com as especificações contidas no Anexo I, e, encontrada alguma irregularidade, será fixado prazo para correção pela CONTRATADA;
- b) definitivamente, após 30 dias, mediante a verificação do atendimento às especificações contidas no Anexo I e consequente aceitação, observado o disposto no art. 10 do Decreto nº. 37.924/96.

III – Havendo necessidade de correção por parte da CONTRATADA, os prazos de pagamento serão suspensos e será considerado o fornecimento em atraso. Fica a CONTRATADA sujeita à aplicação de multa sobre o valor considerado em atraso e, conforme o caso, a outras sanções estabelecidas na Lei e neste instrumento.

IV – Em caso de irregularidade não sanada pela CONTRATADA, o CONTRATANTE reduzirá a termo os fatos ocorridos para aplicação de sanções.

Cláusula Quinta – DO PAGAMENTO

O pagamento será efetuado através do Sistema Integrado de Administração Financeira - SIAFI/MG, por meio de ordem bancária emitida por processamento eletrônico, a crédito do beneficiário em um dos bancos credenciados pelo Estado, no prazo de 30 dias corridos da data da liquidação, pelo CONTRATANTE, acompanhado dos documentos fiscais, relativos aos serviços

executados, inclusive por terceiros, e desde que previamente autorizados, obrigando-se a CONTRATADA à:

I – efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros, até o prazo de até 03 (três) dias úteis após o efetivo pagamento pela CONTRATANTE.

II – apresentar à Secretaria de Estado de Governo, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis após o pagamento das notas fiscais pelo Estado, os comprovantes de liquidação das Notas Fiscais dos fornecedores, conforme lista de pagamento encaminhada pela SUBSECOM.

II - As faturas/notas fiscais deverão ser emitidas com a expressa indicação do número do CONTRATO, a descrição da campanha a que se refere, destaque dos impostos incidentes e eventuais deduções e ou retenções legais, e apresentadas juntamente com os documentos que comprovem as despesas realizadas, sob pena de não liberação dos pagamentos.

III - As Notas Fiscais/Fatura deverão ser encaminhados pela CONTRATADA para a Subsecretaria de Comunicação Social, nos endereços citados no cabeçalho deste Contrato, emitidas em nome da Secretaria de Estado de Governo.

IV - A validação/emissão de Notas Fiscais referente ao objeto desta contratação, inclusive aquelas emitidas eletronicamente, deverão ser processadas pelo módulo de Fatura Eletrônica - eFatura, disponibilizado no Sistema Integrado de Administração de Materiais e Serviços - SIAD, disponível no sítio www.compras.mg.gov.br, conforme dispõe o Decreto nº. 45.035/2009, se for o caso.

V - Na impossibilidade de processamento pelo módulo de Fatura Eletrônica e-Fatura, deverão ser remetidas ao CONTRATANTE as primeiras vias de Nota Fiscal, ou atendendo à forma de faturamento do domicílio da CONTRATADA ou dos prestadores de serviços terceiros.

VI - As Notas Fiscais que apresentarem incorreções serão devolvidas à CONTRATADA e o prazo para o pagamento passará a correr a partir da data da reapresentação do documento, considerado válido pelo CONTRATANTE.

VII - O pagamento fica condicionado à regularidade da CONTRATADA perante o CAGEF, garantindo a manutenção dos requisitos de habilitação previstos no Edital.

VIII - Na hipótese de irregularidade no CAGEF, a CONTRATADA deverá regularizar sua situação perante o cadastro. O prazo para pagamento será interrompido, reiniciando a contagem a partir da data de sua regularização.

Cláusula Sexta – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

A despesa decorrente desta contratação correrá por conta da(s) dotação(s) orçamentária(s):
1491.04.131.070.2037.0001.339039.09.101 (Publicidade Institucional) e
1491.04.131.070.2037.0001.339039.08.101 (Publicações legais)

6.1 As verbas porventura repassadas pelo Governo Federal ou por outros organismos, às Secretarias e Órgãos da Administração Direta Estadual listados no item 2.8 do Edital do certame Concorrência Pública nº 02/2011, para realização de despesas de publicidade elencadas no item 1 daquele Instrumento, decorrentes ou não de assinaturas de convênios, serão acobertadas por dotação orçamentária específica de cada Órgão/Secretaria ou do respectivo convênio, valendo o mesmo procedimento para as verbas relativas à contrapartida do Tesouro Estadual, quando for o caso, sempre respeitado o limite de gastos contratual. O processo da execução das despesas (empenho prévio, liquidação e pagamento) será de responsabilidade de cada Secretaria/Órgão conveniente.

Cláusula Sétima - DAS OBRIGAÇÕES

Constituem obrigações das partes:

I- DA CONTRATANTE

a - fiscalizar e avaliar a execução do contrato, através de agente previamente designado, podendo, para tanto, vistoriar, solicitar a emissão de relatórios gerenciais e auditar os relatórios de prestação do serviço elaborados pela CONTRATADA;

b - proporcionar à CONTRATADA o acesso às informações e documentos necessários ao desenvolvimento dos serviços;

c - comunicar à CONTRATADA, imediatamente e por escrito, toda e qualquer irregularidade, imprecisão ou desconformidade verificada na execução do contrato, assinalando prazo para que a regularize sob pena de serem-lhe aplicadas as sanções legais e contratuais previstas;

d - promover o recebimento provisório e o definitivo no prazo fixado; e - efetuar o pagamento no prazo fixado neste contrato;

f – aprovar previamente os trabalhos a serem executados e respectivos custos.

II- DA CONTRATADA

a - mobilizar e disponibilizar todos os recursos necessários à prestação dos serviços;

b - prestar os serviços que compõem o objeto deste contrato, nas condições estabelecidas no Edital e seus anexos;

c - cumprir as ordens de serviço emitidas pelo CONTRATANTE;

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

e - providenciar a imediata correção das deficiências apontadas pelo CONTRATANTE quanto à execução dos serviços;

f - responsabilizar-se por todas as despesas envolvidas na prestação de serviços;

g - iniciar os serviços no prazo fixado pelo CONTRATANTE, em exato cumprimento às especificações no Edital e seus anexos, bem como o descrito nas autorizações de serviços;

h - observar as datas e os horários determinados pelo CONTRATANTE, para a prestação dos serviços;

i - fornecer todas as informações solicitadas pelo CONTRATANTE no prazo determinado;

j - disponibilizar ao CONTRATANTE os contatos (telefone, endereço, e-mail, rádio, etc.) dos responsáveis pela execução dos serviços;

l - manter os dados cadastrais atualizados junto ao CONTRATANTE;

m - manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação exigidas na licitação;

n - arcar com eventuais prejuízos causados ao CONTRATANTE e/ou a terceiros, provocados por ineficiência ou irregularidade cometidas por seus empregados, contratados ou prepostos envolvidos na execução do contrato;

o - responsabilizar-se, civil e criminalmente, por quaisquer danos ou prejuízos causados por ação ou omissão de seus empregados, contratados ou prepostos envolvidos na execução do contrato;

p - promover, em seu próprio nome e às suas expensas, as medidas judiciais ou extrajudiciais necessárias para reparar os danos e prejuízos causados, sendo de sua responsabilidade eventuais reclamações cíveis, criminais ou trabalhistas que possam surgir em decorrência do evento danoso;

q- exercer a fiscalização necessária ao perfeito cumprimento do contrato, independentemente da fiscalização exercida pelo CONTRATANTE;

r - manter um arquivo organizado com todos os documentos relacionados a este contrato, tais como ordens e recomendações expedidas pelo CONTRATANTE, registros de eventuais ocorrências e de fatos relevantes;

s - a CONTRATADA não poderá justificar o descumprimento de qualquer obrigação por inadequação de seu planejamento ou por falta de recursos;

t - responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as normas estatuídas pela legislação trabalhista, social e previdenciária, tanto no que se refere a seus empregados, como a contratados e prepostos, responsabilizando-se, mais, por toda e qualquer autuação e condenação oriunda da eventual inobservância das citadas normas, aí incluídos acidentes de trabalho, ainda que ocorridos nas dependências do CONTRATANTE. Caso esta seja chamada a juízo e condenada pela eventual inobservância das normas em referência, a CONTRATADA obriga-se a ressarcir-la do respectivo desembolso, ressarcimento este que abrangerá despesas processuais e honorários de advogado arbitrados na referida condenação;

u - aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem no objeto deste contrato, em até 25% (vinte e cinco) do valor inicial atualizado, conforme previsto na Lei Federal nº 8.666/93;

v - apresentar planejamento de mídia e definição do impacto total desejado para cada campanha;

x - responsabilizar-se por qualquer infração do direito de uso de idéias, métodos ou processos legalmente protegidos, sendo que toda e qualquer violação ao direito autoral será de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, respondendo por eventuais indenizações;

z - transferir para a CONTRATANTE, os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto do presente Contrato, relativamente aos serviços da agência;

aa - atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e previsão de pagamento;

bb – apresentar à CONTRATANTE, para pagamento, os custos e as despesas de veiculação acompanhados de demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente. Nas praças não cobertas por serviço de checagem deve ser apresentada Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do

responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação. Esta declaração deverá ter firma reconhecida notarialmente;

cc – repassar à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação;

dd - encaminhar mensalmente à SUBSECOM para fins de controle do saldo contratual, mediante recibo, o relatório de controle dos gastos efetivamente realizados, devidamente aprovados pela Secretaria/Órgão executor, no caso serviços executados mediante a liberação de recursos de verbas conveniadas, assim como previsto no edital e seus anexos e na Cláusula Sexta deste instrumento;

ee – as notas fiscais/faturas dos fornecedores e dos prestadores de serviços terceirizados, responsáveis pela execução de atividades subcontratadas, para consecução dos objetivos da execução do objeto do contrato, deverão ser apresentadas, pela CONTRATADA à CONTRATANTE, para fins de recebimento, no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias corridos, sob pena de decair o direito ao recebimento.

Cláusula Oitava - DAS SANÇÕES

8.1. O atraso e a inexecução parcial ou total do contrato caracterizam descumprimento das obrigações assumidas e permitem a aplicação das seguintes sanções pelo CONTRATANTE:

I - advertência por escrito;

II - multa, nos seguintes limites máximos:

a) 0,3% (três décimos por cento) por dia, até o trigésimo dia de atraso, sobre o valor do fornecimento não realizado;

b) 10% (dez por cento) sobre o valor do contrato, em caso de recusa da CONTRATADA em efetuar o reforço de garantia;

c) 20% (vinte por cento) sobre o valor do fornecimento não realizado, no caso de atraso superior a 30 (trinta) dias, ou entrega de objeto com vícios ou defeitos ocultos que o torne impróprio ao uso a que é destinado, ou diminuam-lhe o valor ou, ainda, fora das especificações contratadas.

III - suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, de acordo com os prazos estabelecidos Decreto Estadual nº. 45.902/2012;

IV - declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública;

§ 1º São consideradas situações caracterizadoras de descumprimento total ou parcial das obrigações contratuais:

I - não atendimento às especificações técnicas relativas a bens, serviços ou obra prevista em contrato ou instrumento equivalente;

II - retardamento imotivado de fornecimento de bens, da execução de obra, de serviço ou de suas parcelas;

III - paralisação do serviço ou de fornecimento de bens, sem justa causa e prévia comunicação à Administração Pública Estadual;

IV - entrega de mercadoria falsificada, furtada, deteriorada, danificada ou inadequada para o uso, como se verdadeira ou perfeita fosse;

V - alteração de substância, qualidade ou quantidade da mercadoria fornecida;

VI - prestação de serviço de baixa qualidade;

§ 2º A sanção de multa poderá ser aplicada cumulativamente às demais sanções previstas nesta cláusula.

§ 3º A multa será descontada da garantia do contrato, quando este for exigida, e/ou de pagamentos eventualmente devidos pela CONTRATADA.

§ 4º A aplicação das sanções observará o devido processo administrativo, respeitando-se a ampla defesa e o contraditório de acordo com o disposto na Lei Estadual nº. 14.184/2002 e no Decreto Estadual nº. 45.902/2012.

§ 5º As sanções relacionadas nos incisos III e IV do § 1º serão obrigatoriamente registradas no Cadastro de Fornecedores Impedidos de Licitar e Contratar com a Administração Pública Estadual – CAFIMP.

8.2. São consideradas situações caracterizadoras de descumprimento total ou parcial das obrigações contratuais:

I- não atendimento às especificações técnicas relativas a bens, serviços ou obra prevista em contrato ou instrumento equivalente;

II- retardamento imotivado de fornecimento de bens, da execução de obra, de serviço, de suas parcelas ou do repasse de pagamento aos fornecedores;

III- paralisação do serviço ou de fornecimento de bens, sem justa causa e prévia comunicação à Administração Pública Estadual;

IV- entrega de mercadoria falsificada, furtada, deteriorada, danificada ou inadequada para o uso, como se verdadeira ou perfeita fosse;

V- alteração de substância, qualidade ou quantidade da mercadoria fornecida;

VI - prestação de serviço de baixa qualidade;

8.3 A sanção de multa poderá ser aplicada cumulativamente às demais sanções previstas nesta cláusula.

8.4 A multa será descontada da garantia do contrato, quando este for exigida, e/ou de pagamentos eventualmente devidos pela CONTRATADA.

8.5 A aplicação das sanções observará o devido processo administrativo, respeitando-se a ampla defesa e o contraditório de acordo com o disposto na Lei Estadual nº. 14.184/2002 e no Decreto Estadual nº. 44.431/2006.

8.6 As sanções relacionadas nos incisos III e IV do § 1º serão obrigatoriamente registradas no Cadastro de Fornecedores Impedidos de Licitar e Contratar com a Administração Pública Estadual - CAFIMP.

Cláusula Nona - DA FISCALIZAÇÃO

9.1 A fiscalização da execução do contrato será exercida por agente da CONTRATANTE, devidamente designado para tanto, ao qual competirá zelar pela perfeita execução do objeto, em conformidade com o previsto no Edital e seus anexos, na proposta da CONTRATADA e neste instrumento.

9.2 Em caso de eventual irregularidade, inexecução ou desconformidade na execução do contrato, o agente fiscalizador dará ciência a CONTRATADA, por escrito, para adoção das providências necessárias para sanar as falhas apontadas.

9.3 A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui, nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA por quaisquer irregularidades, inexecuções ou desconformidades havidas na execução do objeto, aí incluídas imperfeições de natureza técnica ou aquelas provenientes de vício redibitório, como tal definido pela lei civil.

9.4 O CONTRATANTE reserva-se o direito de rejeitar, no todo ou em parte, o objeto da contratação, caso o mesmo afaste-se das especificações do Edital, seus anexos e da proposta da CONTRATADA.

9.5 Fica designado o servidor _____, MASP _____, cargo _____, para a fiscalização deste Instrumento.

Cláusula Décima – DA VIGÊNCIA

O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura. O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

Cláusula Décima Primeira - DA GARANTIA

11.1 Para a garantia do fiel cumprimento de todas as cláusulas do presente CONTRATO, ressarcimento de danos, pagamento de multas e demais penalidades, a CONTRATADA se obriga a apresentar no prazo de dias após a assinatura deste contrato, à CONTRATANTE, uma garantia, correspondente à 3% (três por cento) do valor total do CONTRATO, representada por _____.

11.2 A garantia referida no “caput” desta Cláusula deverá ser atualizada sempre que houver alteração no valor contratual, obrigando-se a CONTRATADA a tomar todas as providências, à sua exclusiva expensas, para assegurar o cumprimento desta obrigação, tempestivamente.

11.3 O prazo de validade da garantia de que trata essa cláusula será contado a partir da data de início da vigência do Contrato, especificado em sua Cláusula Décima, e deverá estender-se por mais 90 (noventa) dias após o encerramento da vigência contratual.

Cláusula Décima Segunda - DA RESCISÃO

De acordo com o art. 79 da Lei nº. 8.666/93, a rescisão do Contrato poderá ser:

I- por ato unilateral e escrito da Administração nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do artigo 78 da supracitada Lei;

II- amigável, por acordo entre as partes, reduzido a termo no processo respectivo, desde que haja conveniência para a Administração;

III- judicial, nos termos da legislação.

12.1 Na hipótese de a rescisão ser procedida por culpa da CONTRATADA, fica o CONTRATANTE autorizada a reter a garantia do contrato, quando esta for exigida, e/ou pagamentos eventualmente devidos, até o limite do valor dos prejuízos comprovados.

12.2 Quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII do art. 78 da Lei n.º 8.666/93, sem que haja culpa da CONTRATADA, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido.

Cláusula Décima Terceira - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

I- A tolerância com qualquer atraso ou inadimplência por parte da CONTRATADA não importará, de forma alguma, em alteração contratual.

II- É vedado à contratada subcontratar total ou parcialmente o fornecimento do objeto deste contrato.

III- O presente contrato poderá ser alterado nos casos previstos pelo art. 65 de Lei n.º 8.666/93, desde que devidamente fundamentado e autorizado pela autoridade competente.

IV- Quando houver a necessidade de contratação de serviços gráficos diversos, incluindo produção e/ou instalação de placas para atendimento do objeto ora licitado, caberá à Superintendência Central de Publicidade proceder à cotação de preços, nos termos da legislação aplicável, e encaminhar a documentação original referente à cotação para agência de publicidade para os procedimentos cabíveis. É devido à agência contratada os percentuais de honorários previstos em sua proposta comercial, nos termos do item 5.1.5 do edital.

Cláusula Décima Quarta - DA PUBLICAÇÃO

O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato do contrato na Imprensa Oficial de Minas Gerais, em obediência ao disposto no parágrafo único do art. 61 da Lei Federal n.º 8.666/93.

Cláusula Décima Quinta - DO FORO

As partes elegem o foro da Comarca de Belo Horizonte para dirimir quaisquer dúvidas ou litígios decorrentes deste Contrato.

E por estarem ajustadas, firmam este instrumento em 02 (duas) vias, de igual teor, juntamente com as testemunhas que também o assinam.

Belo Horizonte, de de .

CONTRATANTE:

Nome Completo do Gestor do contrato

CONTRATADA:

TESTEMUNHAS:

ANEXO E

MODELO "A": EMPREGADOR PESSOA JURÍDICA

DECLARAÇÃO

Ref.: (identificação da licitação)

....., inscrito no CNPJ nº, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(^a), portador(a) da Carteira de Identidade nº e do CPF nº, DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ().

(data)

(representante legal)

Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima.

ANEXO F**MINUTA DE TERMO DE COMPROMISSO DE CONSTITUIÇÃO DE CONSÓRCIO
PARA ATENDIMENTO AO ITEM 8 DO EDITAL**

(nome da empresa) , com sede em, na Av/Rua, inscrita no CNPJ sob o nº, (nome da empresa), com sede em, na Av/Rua, inscrita no CNPJ sob o nº e (nome da empresa), com sede em, na Av/Rua, inscrita no CNPJ sob o nº, em conjunto denominadas COMPROMISSADAS;

Considerando que a Concorrência Pública nº 001/2015, em pauta, permite a participação de empresas em consórcio para a apresentação conjunta de propostas; e considerando que as empresas acima qualificadas têm interesse em participar desta concorrência em consórcio formado por elas; têm entre si pactuados, nos termos do disposto no art. 33, I, da Lei 8666/93, e para os fins nele previstos, o presente TERMO DE COMPROMISSO DE CONSÓRCIO, que ajustam segundo as cláusulas e condições adiante dispostas:

CLÁUSULA PRIMEIRA

Por este instrumento as COMPROMISSADAS assumem o compromisso de elaborarem proposta conjunta para a prestação dos serviços de publicidade, na Concorrência Pública nº 002/2011, promovida pela SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO e, caso sejam vencedoras da licitação, constituírem um CONSÓRCIO para a prestação dos referidos serviços, mediante a celebração de Contrato de Constituição de Consórcio que conterà, entre outras, as condições exigidas no Edital respectivo e estipuladas neste instrumento, que celebram em caráter irrevogável e irretratável.

CLÁUSULA SEGUNDA

Cada COMPROMISSADA terá uma participação no CONSÓRCIO a ser constituído, cabendo-lhes iguais responsabilidades nas atividades a serem desenvolvidas.

CLÁUSULA TERCEIRA

Parágrafo Primeiro: As COMPROMISSADAS e futuras consorciadas são solidariamente responsáveis entre si pelos atos praticados, tanto na fase de licitação quanto na de execução do contrato decorrente da concorrência.

Parágrafo Segundo: A liderança do CONSÓRCIO será exercida pela, a quem competirá representá-lo perante a CONTRATANTE, respondendo diretamente pelo integral cumprimento de todas as obrigações assumidas, sem prejuízo da responsabilidade solidária das demais COMPROMISSADAS.

CLÁUSULA QUARTA

As COMPROMISSADAS obrigam-se a apresentar todos os documentos e a praticar todos os atos exigidos no Edital da Licitação para a apresentação da proposta, bem como a cumprir todas as futuras exigências relacionadas aos serviços.

CLÁUSULA QUINTA

As COMPROMISSADAS não poderão, seja isoladamente, seja integrando outro consórcio, participar de outros ajustes, grupos ou entidades que tenham objetivos relativos à presente concorrência.

CLÁUSULA SEXTA

As COMPROMISSADAS manterão confidencialidade de todas as informações, dados e documentos produzidos ou intercambiados sob o presente, obrigando-se a não divulgá-los a terceiros, sob qualquer forma e a qualquer tempo, sem o consentimento formal da outra parte.

CLÁUSULA SÉTIMA

O CONSÓRCIO será constituído nos termos dos artigos 278 e 279 da Lei n.º 6.404, de 15/12/76, e atendidas às exigências estatutárias das COMPROMISSADAS, devendo por estas ser administrado.

Parágrafo Primeiro: As consorciadas serão solidárias entre si.

Parágrafo Segundo: As deliberações do CONSÓRCIO serão tomadas na proporção das respectivas cotas de participação.

Parágrafo terceiro: As COMPROMISSADAS poderão constituir um COMITÊ DE GERENCIAMENTO, que se incumbirá da coordenação das atividades a serem desenvolvidas, o qual deverá ser composto por um representante de cada parte.

CLÁUSULA OITAVA

Os custos incorridos na execução das atividades e obrigações de responsabilidade do CONSÓRCIO serão rateados proporcionalmente entre as partes.

CLÁUSULA NONA

O presente COMPROMISSO entra em vigor na data de sua assinatura e permanecerá em vigor até a consecução dos objetivos para o qual é celebrado.

CLÁUSULA DÉCIMA

As partes elegem o foro da comarca de Belo Horizonte para dirimir as questões oriundas do presente COMPROMISSO, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por assim haverem ajustado, firmam este instrumento, em xx (...) vias de igual teor e forma, e para um só efeito legal, na presença das testemunhas abaixo nomeadas e assinadas.

Belo Horizonte, xx xxxxxxxxxxxxxxxx xxxx

EMPRESA

EMPRESA

EMPRESA

TESTEMUNHAS:

Nome - RG/CPF

Nome - RG/CPF

ANEXO G

Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – LINK DISPONIBILIZADO EM WWW.GOVERNO.MG.GOV.BR



ANEXO H - BRIEFING

Tendo em vista a existência de 7 lotes, cada lote terá como base 1 item do Briefing (h1 a h7), sendo que todos levarão em conta o contexto “Minas Gerais: ontem, hoje e amanhã”, a seguir.

Minas Gerais: ontem, hoje e amanhã

O cenário

Minas Gerais é a esquina do Brasil. Aqui, o Brasil inteiro se encontra e é possível ouvir os diferentes sotaques que compõem o nosso estado e que são a nossa marca registrada.

Minas Gerais é o celeiro do Brasil em seus mais variados significados: celeiro de alimentos, de cultura, de história, celeiro de belezas naturais.

Tudo isso faz do nosso estado um estado único. Minas é uma e são várias. Esta pujança e esta diversidade é que temos que preservar, estimular, fortalecer.

No entanto, nos últimos anos, Minas retrocedeu, principalmente na economia produtiva, a principal locomotiva que promove o desenvolvimento e o progresso social. Levantamento feito pela empresa inglesa de consultoria - Economist Intelligence Unit – indica a queda de Minas Gerais, entre 2012 e 2014, do 3º para o 6º lugar no ranking de produtividade, índice medido a cada 2 (dois) anos.

O atual governo foi em busca de respostas para desempenho tão aquém das reais possibilidades do estado e percebeu que era o reflexo de uma Minas Gerais que não havia se inovado, que não havia avançado na educação e que havia perdido terreno para a violência urbana. Era o reflexo de um estado, que nos últimos 20 anos, vinha adotando um modelo econômico baseado, sobretudo, na exploração de commodities.

Este cenário acabou aprofundando as distâncias e desigualdades regionais, claramente demonstradas em estudo da Fundação João Pinheiro sobre o PIB regional. Em suma: as regiões menos desenvolvidas de Minas Gerais ficaram ainda mais pobres nos últimos anos.

O círculo vicioso voltou a se impor, forçando a migração para áreas mais desenvolvidas e com melhores oportunidades de trabalho, piorando sobremaneira as condições de vida nas regiões mais pobres. Minas se deparou com a fuga de empresas produtivas e de investimentos que deixaram populações inteiras desesperançadas, sem escolha, sem futuro.

Economia fraca, finanças públicas em situação delicada e gestão temerária provocaram um déficit de mais de 7 bilhões no orçamento. Resultado: centenas de obras públicas paradas, pagamentos de fornecedores atrasados, processos administrativos se acumulando nas secretarias. A falta de planejamento estratégico de médio e longo prazo para o Estado veio completar esse quadro extremamente preocupante.

Em verdade, Minas Gerais precisava de um novo estilo de gestão, baseado em um novo conceito de como gerir a economia deste que é um dos estados mais importantes do Brasil. Uma gestão capaz de promover políticas públicas capazes, realmente, de diminuir as nossas desigualdades regionais e sociais.

Este é o nosso desafio: colocar em prática um Plano Estratégico de Desenvolvimento Integrado, com o qual Minas Gerais possa superar os antigos dogmas econômicos e sociais. Isto significa, essencialmente, aproximar governo e população através de um diálogo permanente, profícuo, objetivo, com base em ações que promovam o progresso regional e nas conquistas que a cidadania plena pode oferecer.

Mais do que nova, esta visão de desenvolvimento integral é contemporânea porque, ao colocar em prática o conceito de que “o todo é a soma de várias partes”, o governo encontra nas características singulares e vocacionais de cada região de Minas o caminho do crescimento do estado em sua totalidade.

Os pilares da governabilidade

Eficiência, eficácia, inovação e atuação são os alicerces do atual Governo de Minas Gerais.

Eficiente porque tem força política para realizar o que pretende.

Eficaz porque suas realizações produzem resultados e benefícios para a população.

Inovador porque apresenta propostas e programas inovadores capazes de promover mudanças na vida das pessoas.

Atuante porque é um governo que não se omite e atua em benefício de todos.

Sobre esses quatro pilares, o governo criou os **Territórios de Desenvolvimento**, com a finalidade de resgatar a capacidade de planejamento do estado, levantar dados do potencial de cada região e criar novas oportunidades para o setor que produz, gera empregos e gera riquezas.

Estrategicamente, o governo de Minas Gerias ainda dividiu o estado em **Fóruns Regionais**, cujas 17 regiões vão oferecer à população, oportunidades únicas de participar diretamente das decisões de investimentos públicos nas suas regiões. Uma ideia inovadora na medida em que amplia para

todo o estado, o Orçamento Participativo, implantado com sucesso durante as últimas administrações da Prefeitura de Belo Horizonte e cujos resultados podem ser atestados pela população da capital.

Para tudo acontecer e o governo de Minas Gerais oferecer aos mineiros uma nova perspectiva de vida e de futuro, foi necessário reorganizar o setor público a partir de três vetores principais: planejamento, transparência e participação.

Planejamento: para criar um modelo de desenvolvimento que, verdadeiramente, estimule a inclusão social. O planejamento estratégico de um governo participativo e social inclui uma organização nas contas públicas e uma redefinição do papel das secretarias enquanto braços ativos e atuantes do governo.

Transparência: para oferecer aos mineiros oportunidades de acompanhar a implantação de políticas públicas com a transparência necessária, sinônimo da forma mais pura de gestão democrática. Não há verdadeira democracia senão onde o povo é mantido informado, conhece a vida pública e dela participa. E a transparência é a melhor maneira de manter a população bem informada.

Participação: com o objetivo de dar a toda a população condições efetivas de colaborar para que o Governo de Minas Gerais faça, realmente, a diferença em favor de todos. O que for prioritário para cada região deverá ser prioritário também para o governo.

Esta diferença já pode ser sentida nas mudanças que o governo vem promovendo no estado e que vão influenciar, de maneira positiva, o crescimento e o desenvolvimento de Minas e dos mineiros. Mudanças que trazem a assinatura da inovação, da eficácia, da eficiência e de uma atuação política voltada para a justiça e a inclusão social com crescimento e prosperidade.

O acordo histórico com os professores da rede estadual de ensino para o pagamento do piso nacional e as melhorias para destravar a carreira no magistério é uma dessas mudanças estruturais montada sobre a equação: **professores bem remunerados = melhor qualidade do ensino + aumento da produtividade do estado**. Resultado: **melhoria na qualidade de vida dos mineiros**.

Outro exemplo de como é possível reestruturar o estado foi a criação de um grupo criado para simplificar a política tributária em Minas Gerais, composto por membros do governo e da sociedade civil, estabelecendo assim as bases de um governo de corresponsabilidade e objetivos comuns.

Para modernizar e melhorar a nossa logística, o governo lançou também um plano de concessões de 28 mil quilômetros de rodovias estaduais para a iniciativa privada.

Simplificar a política tributária do estado e modernizar e melhorar a logística de Minas Gerais são iniciativas que vão abrir caminhos para atrair novas empresas, novos investimentos e aumentar a capacidade produtiva de Minas Gerais.

Hoje os mineiros desejam um estado que consiga gerar mais empregos, renda e riqueza; um estado que possa oferecer mão de obra qualificada em todas as regiões; um estado que trabalhe em parceria com a iniciativa privada para melhorar sua infraestrutura logística; um estado que planeje, que é transparente e que estimule a participação popular para que amanhã, nosso estado seja, plenamente democrático, moderno, justo e integrado.

É por isso que somos Minas Gerais. É por isso que somos um Governo de Todos.

Desafios de Comunicação

Apesar de todas as dificuldades financeiras e operacionais, o governo de Minas Gerais tem procurado criar um clima de otimismo e oportunidades e trabalhado para que nosso estado volte a crescer em todas as regiões, para que possamos diminuir as desigualdades e oferecer novas perspectivas de vida para nossa população.

Como já foi dito, a nova gestão estadual é pautada pela transparência na gestão pública, pelo estímulo à participação popular e pelo planejamento sério e de longo prazo.

Neste sentido, a comunicação governamental terá papel estratégico primordial na promoção das novas políticas e iniciativas que visam recuperar o prestígio e a força de Minas Gerais.

O desafio estratégico da comunicação será então o de criar uma marca de gestão forte o suficiente e que resuma em poucas palavras as iniciativas e ações do Governo de Minas Gerais, que demonstre que o que é feito em Minas, o que é feito pelos mineiros, tem um diferencial que vale a pena conhecer.

A comunicação deve levar em consideração as vantagens competitivas do estado (posição estratégica, malha rodoviária, diferenças regionais, mão de obra qualificada, polos de ensino universitário espalhados pelo estado, entre outros) as quais vem se somar uma nova visão de Governo, de gestão social, transparente, participativa, planejada.

Objetivos da comunicação governamental

A comunicação governamental deve ser entendida como instrumento de bem governar. Uma comunicação governamental é estratégica quando busca corresponder, inteiramente, ao governo que representa. Portanto, ela deve ser igualmente eficiente, eficaz, inovadora e atuante.

Para que os objetivos sejam alcançados, o governo de Minas Gerais achou por bem, estruturar sua comunicação, para efeitos deste edital, em 7 (sete) setores de interesse público, que correspondem aos 07 (sete) lotes do presente editado, para os quais as agências de comunicação, participantes desta licitação, deverão voltar sua atenção.

LOTE 1 (h1)

Governadoria; Vice Governadoria; Secretaria de Estado de Governo; Secretaria de Estado de Fazenda; Secretaria de Estado da Casa Civil e Relações Institucionais; Escritório de Representação do Governo de Minas em Brasília; Secretaria de Estado de Esportes.

TEMA: MINAS GERAIS. GOVERNO DE TODOS

Uma comunicação capaz de fortalecer a nova marca de gestão do Governo de Minas Gerais no estado e no Brasil. Capaz de criar um clima de diálogo democrático e transparente com a população. Capaz de mostrar o alcance e o significado das ações e obras do atual governo. Capaz de deixar claro para a população os sentimentos que movem os atos do atual governo.

Uma comunicação capaz de informar, mobilizar, comover, esclarecer, fortalecer todas as ações do governo é uma comunicação de resultados.

Fortalecer Minas Gerais é fortalecer a nossa gente. Conquistar o nosso público interno é fundamental para que nossas mensagens restabeleçam a credibilidade do estado para além de nossas fronteiras, criando um clima favorável aos novos investimentos de que Minas Gerais necessita.

Uma comunicação cuja estratégia seja capaz de alcançar os mineiros em todas as regiões e em todos os 853 municípios. Porque um estado só é, verdadeiramente, democrático quando sua população é mantida informada, onde é chamada a conhecer a vida pública e dela participar.

Objetivos da campanha

Os objetivos da campanha em pauta, será o de traduzir, para a população mineira, a nova visão de desenvolvimento e progresso do Governo de Minas Gerais, seus conceitos de governabilidade, baseados em transparência, participação e planejamento e, assim, deixar, em todo o território do estado, sua marca na memória da nossa gente.

Em suma, queremos dizer para os mineiros; “Onde tem Minas Gerais, tem Governo!” Portanto, a comunicação deverá:

- 1) Restaurar a confiança dos mineiros no governo e em Minas Gerais;
- 2) Aumentar a autoestima da população mineira em todas as regiões;
- 3) Demonstrar real preocupação do Governo com os problemas da população;
- 4) Fortalecer a confiança dos empresários e atrair novos investidores para Minas Gerais
- 5) Divulgar ações que se assentam sobre os pilares de um governo participativo.

O conceito de “Governo de Todos” não é apenas uma frase de efeito. Ele reflete, verdadeiramente, as intenções do governo de Minas Gerais em levar educação, saúde, cultura, desenvolvimento, progresso social, emprego, renda, oportunidades a todos os mineiros, onde quer que estejam vivendo. Mais do que várias, Minas Gerais são todas as pessoas, toda a população, cada cidade ou aglomerado urbano, cada comunidade. Onde houver um mineiro dentro do nosso território, a ele chegará a mão forte e amiga do governo.

Verba Disponível: R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais)

LOTE 2 (h2)

Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão; Secretaria de Estado de Transporte e Obras Públicas; Advocacia Geral do Estado; Controladoria Geral do Estado; Ouvidoria Geral do Estado; Gabinete Militar; Coordenadoria Executiva da Defesa Civil.

TEMA: ESTADO PARTICIPATIVO

A democracia representativa evoluiu para a democracia participativa, na qual os governos fazem absoluta questão de dotar os cidadãos de consciência crítica sobre sua participação na vida pública, tornando-a essencial para a eficácia, eficiência e inovação das ações governamentais, em especial nas políticas públicas.

As administrações participativas são reconhecidas como as que melhor alcançam índices de melhoramento, quer seja em obras de infraestrutura, quer seja em áreas mais complexas como o atendimento público à saúde, por exemplo.

O governo de Minas, na atual gestão, traz um elemento inovador ao planejamento e gestão do estado: os Fóruns Regionais, cuja função precípua é ouvir da população mineira as suas reais necessidades e transformar essas informações em ações governamentais.

Para efeitos de atuação dos Fóruns, os 853 municípios do estado foram divididos em 17 territórios, guardando suas diferenças e características próprias, tão caras aos mineiros.

São territórios de desenvolvimento: Noroeste, Norte, Médio e Baixo Jequitinhonha, Mucuri, Alto Jequitinhonha, Central, Vale do Rio Doce, Vale do Aço, Metropolitana, Oeste, Caparaó, Mata, Vertentes, Sul, Sudoeste, Triângulo Norte e Triângulo Sul.

Já no primeiro ano, os fóruns fizeram o levantamento das prioridades de cada território, cujos dados estão orientando a elaboração do Plano Plurianual de Ações Governamentais – PPAG -, o Plano Mineiro de Desenvolvimento Integrado – PDMI – e a Lei de Diretrizes Orçamentárias – LDO.

Com a regionalização via estes Territórios de Desenvolvimento, o governo de Minas Gerais dá um grande passo na direção de um estado mais solidário, cujo crescimento igualitário e justo levará Minas Gerais adiante no seu projeto de um governo de todos, com todos, para todos.

Em suma, estamos dizendo aos mineiros que “Minas participativa é Minas maior, é Minas melhor”. Neste sentido, com esta visão e com esta abordagem, os objetivos de uma campanha deverão:

- 1) Mostrar a importância dos Fóruns Regionais para o desenvolvimento integrado de Minas Gerais.
- 2) Mobilizar a população a participar da vida pública via representação popular nos Fóruns Regionais.
- 3) Valorizar o papel do cidadão na construção de um estado justo, fraterno e solidário.
- 4) Estimular a economia local, os arranjos produtivos locais levando-se em conta a vocação natural de cada território.

Com os Fóruns Regionais e os Territórios de Desenvolvimento, Minas Gerais se torna mais democrática. Minas Gerais se torna, verdadeiramente, um estado de todos os mineiros.

Verba Disponível: R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais)

LOTE 3 (h3)

Secretaria de Estado de Saúde; Secretaria de Estado de Meio Ambiente.

TEMA: SAÚDE PARA TODOS

Sabemos que a saúde é o fantasma das administrações públicas em todo o Brasil. Por mais que se faça, jamais conseguimos satisfazer as necessidades de toda a nossa população. Para os governos e governantes não deixa de ser frustrante essa espécie de impossibilidade de oferecer aos cidadãos, proteção ao que para todos nós é nosso bem mais precioso: nossa vida, nossa saúde.

O governo de Minas Gerais nestes últimos meses retomou as obras para a construção de 11 hospitais regionais em todo o estado: na região Central (em Sete Lagoas e Conselheiro Lafaiete); no Triângulo Mineiro (em Uberaba); na Zona da Mata (em Além Paraíba e Juiz de Fora); no Vale do Jequitinhonha (em Teófilo Otoni) e no Vale do Rio Doce (Governador Valadares).

Esse esforço se estende também para a Implantação dos Centros de Especialidades Médicas em todas as 77 regiões do estado, apesar da herança de uma dívida de R\$ 1,5 bilhão, sendo que R\$ 730 milhões se referem a convênios. Para se ter uma ideia da dificuldade enfrentada pelo atual governo, dos 2.048 convênios assinados, mais de 75% tiveram ínfimos 5% dos recursos efetivamente pagos e apenas 290 – pouco mais de 14% - foram quitados.

Com transparência, planejamento e eficiência, estas ações de governo vão levar a saúde para mais perto das pessoas, desafogando o atendimento nos grandes centros, principalmente em Belo Horizonte, responsável, hoje, por cerca de 50% dos atendimentos vindos do interior do estado.

Com esta visão contemporânea de um velho problema, a comunicação do governo de Minas Gerais quer que os mineiros percebam que a ideia “Saúde para todos. Todos pela saúde” deverá ter como objetivos principais:

- 1) Divulgar para os mineiros as obras e ações que estão levando a saúde para mais perto de todos.
- 2) Fazer com que os mineiros compreendam como funciona o sistema de saúde em Minas Gerais para utiliza-lo da maneira mais eficaz.
- 3) Com as campanhas de utilidade pública, mostrar a preocupação do governo com o cotidiano dos mineiros de todas as regiões do estado.
4. Valorizar e divulgar os resultados positivos das ações de governo em colaboração com a população através dos Fóruns Regionais.

A busca do Governo por um estado plenamente cidadão tem nas políticas públicas a sua base sobre a qual se erguem todos os pilares da democracia participativa e inclusiva. Entre elas, o atendimento digno de qualidade será condição *sine qua non* do sistema público de saúde em Minas.

Verba Disponível: R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais)

LOTE 4 (h4)

Secretaria de Estado da Educação; Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.

TEMA: ENSINAR E APRENDER: AS DUAS PONTAS DA EDUCAÇÃO

Ninguém tem dúvida de que a educação é o trampolim para uma vida melhor, para um emprego mais qualificado, para um futuro mais seguro. Mas poucos percebem que a educação tem duas pontas fundamentais interdependentes: a ponta que ensina e a ponta que aprende. Uma não existe sem a outra. É como uma linha que une uma ponta à outra.

Isto quer dizer que não existe a menor possibilidade de se ter uma educação de qualidade se não tivermos profissionais de qualidade, se não tivermos mentores capazes de formar nossas crianças e nossos jovens para a vida.

Estamos falando de uma educação que forma cidadãos. Cidadãos não apenas com conhecimento, mas com formação humanitária.

Esta postura levou o governo de Minas Gerais e os trabalhadores da educação a assinarem um acordo histórico que vai possibilitar aos professores receber o Piso Salarial Profissional Nacional, extinguindo o regime de subsídio e o descongelamento das carreiras.

O acordo, em termos práticos, significa um reajuste de 31,78% na carreira do Professor de Educação Básica, que será pago em dois anos e fica assegurado o pagamento do Piso Salarial Nacional para uma carga de 24 horas semanais. Este reajuste será pago em três parcelas e incorporadas ao salário. A primeira parcela correspondente a 13,06%, já começou a ser paga em junho de 2015. A segunda, que representa um aumento de 8,21%, será paga mensalmente a partir de agosto de 2016. E a terceira parcela, correspondente a um aumento de 7,72%, será paga mensalmente a partir de agosto de 2017.

O acordo ainda garante a atualização do Piso Salarial Estadual nos mesmos índices de correção do Piso Salarial Profissional Nacional em janeiro de 2016, 2017 e 2018 para o Professor Especialista em Educação e Analista Educacional na função de Inspetor Escolar.

Outras carreiras da área, como a de assistente e analista, também terão os mesmos reajustes concedidos aos professores.

Não foi esquecida neste diálogo, a situação dos trabalhadores temporários da educação. Eles correspondem a mais de dois terços dos servidores da área que passarão a ser nomeados pelo

governo nos próximos anos, ou seja, 60 mil trabalhadores no total, sendo que 15 mil serão nomeados por ano.

Com toda a certeza, esta é a ponta que exige cada vez mais disposição e postura dos governos, porque servidores da educação desmotivados e em estado permanente de confronto com o poder executivo, significa tumulto e paralizações que acabam prejudicando a outra ponta, a de quem quer aprender e estudar.

Este é um conceito que para a população, acostumada a ver uma comunicação voltada apenas para um lado da questão, deverá significar uma mudança radical na qualidade do ensino. Em resumo, queremos que os mineiros entendam o que estamos dizendo: “Educação de qualidade une quem ensina a quem aprende!” Dessa forma, os objetivos da comunicação deverão:

1. Mostrar o quanto este governo é diferente no que diz respeito à questão da Educação em Minas.
2. Mobilizar os servidores da educação a incorporarem esta nova filosofia de governo: diálogo, transparência, planejamento.
3. Valorizar o papel da educação como instrumento de construção de uma Minas Gerais justa, fraterna, cidadã.
4. Divulgar os avanços conquistados na educação, tanto para os profissionais quanto para os alunos.

Com um diálogo transparente e aberto, governo e profissionais da Educação se uniram para que a outra ponta, a ponta de quem aprende, possa ter à sua disposição, a tão propalada e desejada educação de qualidade para todos.

Verba disponível: R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais).

LOTE 5 (h5)

Secretaria de Estado de Turismo; Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico;

TEMA: TURISMO ATIVO. TURISMO CRIATIVO

Os mineiros e os brasileiros têm absoluto conhecimento das riquezas e belezas culturais, históricas e naturais de Minas Gerais. Seja na música, na literatura, no teatro, na pintura, no balé ou na gastronomia; seja nas fazendas seculares, nas cidades históricas ou nos seus parques e reservas naturais, Minas Gerais é uns pais dentro do país. Por sua diversidade, já recebeu de poetas e

escritores dizeres que a destacam no cenário nacional: “Minas são várias”, disse um; “Sou do mundo, sou Minas Gerais”, cantou outro.

Esta variedade, este mundo dentro de mundos, é que o governo de Minas pretende, não apenas preservar, mas defender e divulgar, para que brasileiros e estrangeiros possam usufruir dessa beleza tão única, tão vária.

Neste sentido, o governo pretende investir e fortalecer a economia criativa, fazendo do turismo um elemento mais ativo, mais atuante e mais atraente para a nossa economia.

Gerar emprego e renda, gerar investimentos com o turismo, é abrir as portas para um mercado de trabalho mais acurado, mais capacitado, com melhores salários e melhores condições de vida para aqueles que fazem parte deste segmento. Melhor dizendo: é tornar o turismo em Minas instrumento estratégico de desenvolvimento econômico e progresso social.

Várias ações estão sendo tomadas pelo governo do estado: a.) investimentos da Codemig da ordem de R\$ 20 milhões na economia criativa, principalmente no turismo. b.) Parceria entre a Secretaria de Estado de Turismo e a FIEMG para licenciar a marca Estrada Real junto aos Produtores Rurais do Serro, estimulando o turismo na região e com isso, gerando emprego e renda para as comunidades locais. c.) os festivais de gastronomia recebem apoio e incentivo da Codemig, que pretende divulgar e comercializar 6 eventos de gastronomia em 2016.

Em Minas, o turismo encontra singularidade e autenticidade. São destinos turísticos capazes de proporcionar vivências únicas a quem experimenta nossas cores, nossos sabores e nossas histórias.

Objetivos da campanha

Os objetivos da campanha de turismo em Minas Gerais, será o de mostrar não apenas nossa riqueza e diversidade cultural e natural, mas fazer com que se nossas mensagens consigam ser envolventes e convincentes a ponto de aumentar o fluxo de turistas no estado – tanto o turista interno quanto o externo – movimentando a economia em um segmento expressivo do estado, gerando emprego e renda e estimulando a economia em todas as regiões de Minas. Em suma, queremos dizer para os turistas; Minas é tudo de bom! É ver para crer!” Assim, a comunicação deverá:

- 1) Fortalecer nos mineiros o gosto pelas coisas de Minas;
- 2) Estimular os mineiros a se interessarem pela economia criativa como fator de desenvolvimento
- 3) Desenvolver o conceito de “Turismo Ativo, turismo criativo”, como instrumento de desenvolvimento da economia em todas as regiões do estado.

- 4) Fortalecer a confiança dos empresários e do trade turístico a investir em Minas.
- 5) Mostrar que o governo vem investindo em ações que valorizam os destinos turísticos do estado..

Não é sem razão que Minas vem recebendo cada vez mais visitas de embaixadores e cônsules e abrindo Consulados de países interessados em estreitar laços com nossa mineiridade.

Verba disponível: R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais)

LOTE 6 (h6)

Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento Secretaria de Estado de Defesa Social; Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais; Polícia Civil; Polícia Militar; Departamento Estadual de Trânsito; Secretaria de Estado de Desenvolvimento Agrário; Secretaria de Estado de Trabalho e Desenvolvimento Social; Secretaria de Estado de Desenvolvimento e Integração do Norte e Nordeste de Minas Gerais.

TEMA: SEGURANÇA NAS ESTRADAS E NAS CIDADES

Ir e vir é um direito fundamental e inalienável de todo cidadão. Prover para que esse direito possa ser exercido com segurança, conforto e tranquilidade é dever de todo estado democrático, voltado para o bem-estar da população.

Apesar do levantamento realizado pela Secretaria de Estado de Defesa Social – SEDS – apontar a queda no número de acidentes de trânsito com vítimas fatais e pesquisa mostrar que, embora houvesse queda de 19,12% em relação ao mesmo período do ano passado, mesmo assim, o governo lamenta os 1.335 acidentes que tiraram a vida de muitos mineiros.

Estes números deixam claro que ainda há muito por fazer. Tanto por parte do governo quanto por parte do cidadão que por imperícia ou imprudência acaba por se envolver em acidentes que poderiam ter sido evitados.

Sabemos que as estradas brasileiras matam mais do que as guerras que proliferam pelo mundo. E sabemos que isto não pode continuar assim.

Ao governo cabe dotar e o estado de estradas em condições de tráfego. Desenvolver ações educativas, estimular o cumprimento da lei, fazer com que todos possam ter seus direitos e seus deveres preservados.

Nas grandes cidades, o cenário não é muito diferente. Naturalmente, quanto maior o município, maior o número de habitantes e maior o número de veículos transitando por suas ruas e avenidas. E portanto, maior o número de vítimas com variados graus de lesão.

Belo Horizonte registrou no período 5.975 ocorrências. Uberlândia vem logo a seguir, com cerca de 2.480, Montes Claros com 1689, Juiz de Fora com 1489, Contagem com 1.217, Ipatinga com 1031, Governador Valadares com 1.005, Uberaba com 801, Patos de Minas com 736, Sete Lagoas com 598 e Divinópolis com 581.

Esses são alguns números que queremos que sejam muito menores no próximo ano. Tanto nas estradas quanto nas cidades, o governo já está colhendo resultados positivos, embora longe de serem ideais.

E aqui que consideramos o papel educativo da comunicação fundamental para que possamos obter êxito em nosso trabalho de diminuir os percentuais de acidentes de trânsito em Minas.

Campanhas de Utilidade Pública deverão contar com parceiros fundamentais como o Sindicato dos Motoristas de Táxis, Empresas de Ônibus Municipais e Interestaduais, Empresas de Transporte de Cargas, e ainda o Trade Turístico de Beira de Estrada (restaurantes, lanchonetes, hotéis).

Com esta visão macro do problema, queremos que os mineiros compreendam o que queremos dizer: “Na rua ou na estrada sua vida vale muito!” Portanto, os objetivos de uma campanha deverão:

- 1) Estimular os mineiros a respeitarem e valorizarem a vida de todos.
- 2) Fazer com que sejam mais solidários e conscientes do seu papel social enquanto motoristas.
- 3) Desenvolver o gosto pela educação, baseado na ideia de que “todo motorista é um instrutor”.
- 4) Mostrar, através dos Fóruns Regionais, que estradas seguras trazem mais desenvolvimento integrado para Minas Gerais.
5. Valorizar e divulgar os resultados positivos das ações de governo em colaboração com a população.

Minas Gerais é o terceiro estado mais importante da Federação e deverá, nos próximos anos, se tornar exemplo, para todo o país, de uma sociedade que venceu a guerra contra os índices de acidentes de trânsito em nossas estradas e em nossas cidades. Um estado que ao final, ergueu a bandeira da vida acima de tudo.

Verba disponível: R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)

LOTE 7 (h7)

Secretaria de Estado de Cultura; Secretaria de Estado de Direitos Humanos, participação social e cidadania;

TEMA: MINAS CULTURAL

Falar de Minas Cultural é quase uma redundância! Minas Gerais é celeiro de cultura e e por isso mesmo, reconhecida no mundo inteiro. Minas ofereceu ao Brasil um dos nossos mais importantes escritores – Guimarães Rosa -, um dos maiores poetas brasileiros – Carlos Drummond de Andrade. Na moderna dramaturgia Minas surpreende o país com o Grupo Galpão e no balé se destaca o Grupo Corpo. Nas artes plásticas, podemos citar Guignard e em seu nome representar todos os outros grandes artistas. A cerâmica naïve do Vale do Jequitinhonha revela a beleza do nosso mais puro interior.

Não bastasse essa riqueza e diversidade, a capital de Minas vem sendo cenário para as mais diversas linguagens e manifestações artísticas, tanto nacionais quanto internacionais.

Isto significa que Minas está mais do que equipada para oferecer aos amantes da arte e da cultura, espetáculos e exposições de altíssimo nível.

Foi com o propósito de colocar sob responsabilidade do Estado a arte e cultura enquanto representações da nossa alma e do nosso ethos, que o Governo de Minas passou a administrar o Circuito Cultural da Praça da Liberdade e a gestão de todo o complexo passou a ser feita pelo Instituto Estadual de Patrimônio Histórico e Artístico (IEPHA-MG).

Fazem parte do complexo do Circuito Cultural da Praça da Liberdade, 12 espaços e museus: Arquivo Público Mineiro, Biblioteca Pública Estadual Luiz de Bessa, Casa Fiat de Cultura, Centro Cultural Banco do Brasil, Centro de Arte Popular Cemig, Centro de Formação Artística – Cefar Liberdade; Espaço do Conhecimento UFMG, Horizonte Sebrae – Casa da Economia Criativa, Memorial Minas Gerais Vale, MM Gerdau - Museu das Minas e do Metal, Museu Mineiro e Palácio da Liberdade.

Entre 2012 e o início de 2015, a administração do circuito cultural era feita pelo Instituto Cultural Sérgio Magnani, uma Oscip (Organização Social Civil de Interesse Público).

No período, por meio de um termo de parceria, a Secretaria de Estado de Cultura repassou R\$ 11.851.551,25 ao instituto. A previsão de investimentos da SEC no Instituto até dezembro de 2015 seria de mais R\$ 4.563.101,91, totalizando cerca de R\$ 16 milhões em quatro anos.

Reassumir a administração do circuito foi uma medida adotada pela atual gestão do governo, com a finalidade de não só diminuir gastos para equilibrar as contas públicas, mas para que nossa cultura seja, de fato, propriedade de todos os mineiros.

Para as festas de final de ano, entre os dias 3 de dezembro e 6 de janeiro, o Circuito Cultural Praça da Liberdade vai oferecer concertos, corais, exposições, shows, espetáculos teatrais e oficinas para toda a população, tanto nas escadarias dos edifícios históricos quanto no interior dos centros de cultura.

Este é mais um diferencial do novo governo de Minas. E o que queremos dizer para os mineiros, quando o assunto é a nossa arte e a nossa cultura? “Minas: aqui arte e cultura são de todos”. Com este foco, os objetivos da campanha em pauta deverão:

1. Mostrar que o governo é o guardião da memória, da história e da cultura de Minas.
2. Mobilizar a população a usufruir de tudo que o Circuito Cultural Praça da Liberdade oferece.
3. Estimular na população, o gosto pela arte e pela cultura de Minas.
4. Divulgar para o estado e para além-fronteiras, os eventos, nacionais e internacionais, que tenham a chancela do governo do Estado.

Cultura como elemento de formação da alma e do caráter do nosso povo. Cultura como processo de conhecimento da história e da memória da nossa gente. Cultura como fundamento da economia criativa e importante fator de desenvolvimento humano. Para o governo de Minas, esse é o mais saudável alimento da nossa gente.

Verba disponível: R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais)

ANEXO I

CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

1. ENVELOPES 1 E 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

As Licitantes deverão apresentar os textos abaixo, elaborados a partir das informações do Briefing.

1.1 Raciocínio Básico – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CONTRATANTE, a compreensão da Licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deve conter a avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pela CONTRATANTE, considerando a compreensão de suas atividades, de sua relação com seus diversos públicos e de sua dimensão social, política e econômica.

1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio proposto e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pela CONTRATANTE e onde se definem os objetivos de comunicação e como as campanhas publicitárias apresentadas no item “Ideia Criativa” pretendem resolvê-los.

1.3 Ideia Criativa – Texto apresentado em formato A4, de até 3 (três) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, apresentando a resposta criativa da Licitante aos desafios e metas por ele explicitados na “Estratégia de Comunicação Publicitária”, contendo os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no Briefing; acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros e storyboards) de peças da campanha para cada meio de divulgação nela proposto pela LICITANTE. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30 cm (formato A3) e as peças eletrônicas em CD ou DVD ou Pen drive. Fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio (esboços, lay-outs, spots, storyboards etc). Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido de texto, de 3 laudas, proposto neste item.

1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, em que a explicitará e justificará a estratégia e as táticas por ela sugeridas, em função da verba disponível para a campanha apresentada, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir o público de todo o Estado de Minas Gerais; alternativas de mídias segmentadas; planilhas e quadro-resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de

produção e de veiculação, em função da verba disponível para a campanha apresentada. As planilhas e quadro-resumo não fazem parte do limite estabelecido de cinco laudas para este item.

2. ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

2.1 Capacidade de Atendimento – Texto apresentado em formato A4, de até 25 (vinte e cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, para o conjunto dos subitens:

- a) Histórico da LICITANTE e perfil dos seus principais executivos.
- b) Indicação da estrutura operacional.
- c) Relação de clientes atendidos e respectivos produtos, com a data do início e término do atendimento (quando for o caso).
- d) Distribuição do número de empregados por departamento
- e) Sistemas operacionais adotados nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, produção eletrônica e mídia e outras informações que a LICITANTE julgar relevantes.

2.2 Investimento em Estrutura de Atendimento – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, através do qual a licitante ou consórcio especificará investimentos em estrutura ou serviços a serem colocados sem ônus, à disposição do cliente. Discriminar se a agência possui acordos operacionais, parcerias ou empresas coligadas, que irão oferecer à licitante bancos de dados, serviços de institutos de pesquisas, ferramentas que avaliem a eficácia da comunicação, acompanhamento de mídia, escritórios ou filiais em outros estados ou no exterior que possam ser usados para apoio, caso necessário, à comunicação da licitante fora do território de Minas.

2.3 Portfólio – Conjunto de trabalhos realizados pela LICITANTE, com no mínimo dez e no máximo doze peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes em CD's ou DVDs, e os spots e jingles em CD's, apresentados em anexo. As fichas técnicas deverão conter a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida e o mês e ano de sua veiculação. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 42 x 30 (formato A3).

2.4 Cases – Duas campanhas de propaganda completas, desenvolvidas anteriormente pela LICITANTE, com apresentação de relato dos problemas que cada campanha se propôs resolver e os resultados alcançados, referendado com a assinatura do anunciante, em até quatro laudas cada relato. Em anexo, deverão estar 5 (cinco) exemplos, no máximo, das peças utilizadas. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 42 x 30 (formato A3).

ANEXO J

PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

I. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO – JULGAMENTO FINAL

O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital e a seguir.

II. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

No julgamento das Propostas Técnicas serão adotados os seguintes procedimentos:

1. A Subcomissão Técnica receberá e analisará, separadamente, dois grupos de envelope contendo as Propostas Técnicas apresentadas pelas Licitantes: os Envelopes 1, relativos ao Plano de Comunicação Publicitária Via não Identificada e os Envelopes 3, relativos ao Conjunto de Informações.
2. A nota de cada licitante, relativa a cada grupo de envelopes, será a soma das notas recebidas em cada subitem abaixo, considerando a seguinte pontuação máxima:

ENVELOPE 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA	
a)	Raciocínio Básico - 20 pontos
b)	Estratégia de Comunicação Publicitária - 15 pontos
c)	Ideia Criativa - 15 pontos
d)	Estratégia de Mídia e Não Mídia - 10 pontos

TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS - 60 PONTOS

ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES	
a)	Capacidade de Atendimento - 10 pontos
b)	Investimento em Estrutura de Atendimento - 10 pontos
c)	Portfólio - 15 pontos
d)	Cases - 05 pontos

TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS - 40 PONTOS

2.1 As propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a Comissão de Licitação observar os seguintes aspectos no julgamento de cada quesito:

-“Raciocínio Básico”:

- a) O conhecimento da ação governamental e da comunicação de governos, no atual contexto social, político e econômico.
- b) O conhecimento das características do Governo de Minas Gerais e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação.
- c) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo Briefing.
- d) O posicionamento publicitário proposto e o entendimento das formas de relação entre a CONTRATANTE e seus diversos públicos.

-“Estratégia de Comunicação Publicitária”:

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

- “Ideia Criativa”:

- a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto nos dois subitens anteriores.
- b) Sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade.
- c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas.
- d) A originalidade e simplicidade da idéia criativa e a inventividade no uso das mídias.
- e) A exequibilidade das peças.
- f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

- “Estratégia de Mídia e Não Mídia”:

- a) O raciocínio estratégico e tático.
- b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos.
- c) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios.

- d) A coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos subitens 1.1, 1.2 e 1.3 (Anexo I).
- e) A pertinência, a otimização e a oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas.

- “Capacidade de Atendimento”:

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

- “Investimento em Estrutura de Atendimento”:

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

- “Portfólio”:

- a) a qualidade e adequação do trabalho criativo;
- b) a pertinência da solução apresentada ao problema de comunicação;
- c) a qualidade de execução dos trabalhos.

- “Cases”:

- a) o encadeamento lógico da exposição;
- b) a evidência de planejamento publicitário;
- c) a consistência dos resultados apresentados pelas campanhas.

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

2.3 Cada aspecto será avaliado em relação aos requisitos constantes deste Edital e seus anexos e, devendo ser atribuída nota que variará conforme a seguinte escala: PÉSSIMO (de 0 a 20% da nota) – FRACO (de 21 a 40% da nota) – REGULAR (de 41 a 60% da nota) – BOM (de 61 a 80% da nota) – MUITO BOM/ÓTIMO (de 80 a 100% da nota).

2.4. Será determinada a pontuação obtida pelos licitantes em cada envelope, por meio do somatório das médias aritméticas das notas atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica a cada um dos quesitos, observado o seguinte:

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

2.5. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (i) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (ii) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as Propostas e as planilhas com as pontuações.

2.6. Apuradas as pontuações de cada licitante classificado na Etapa Técnica, a nota técnica final corresponderá à soma de todas as notas obtidas no plano de comunicação e no conjunto de informações (envelopes 1 e 3).

2.7. Será desclassificada a proposta que não alcançar a pontuação mínima exigida das PROPONENTES nesta etapa da Licitação, a fim de que possam ser classificadas, que é de 60 (sessenta) pontos, o equivalente a 60% (sessenta por cento) do total de pontos possíveis.

IX. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

1. A proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;
2. As Propostas de Preços das Licitantes serão apresentadas e julgadas nos termos descritos nos itens 5.1.5 e 5.1.6 do edital, sendo que a pontuação de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 5.1.5, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$.
3. Com base na análise dos fatores indicados, a Comissão fará a classificação das Propostas de Preços, desclassificando aquelas que atingirem a pontuação mínima exigida das PROPONENTES nesta etapa da Licitação, a fim de que possam ser classificadas, que é de 50 (cinquenta) pontos, o equivalente a 50% (cinquenta por cento) do total de pontos possíveis.
4. Se todas as propostas forem desclassificadas, a Comissão poderá fixar para as Licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas, escoimadas das causas que tenham determinado a desclassificação. As novas propostas deverão ser apresentadas em ENVELOPES lacrados, que serão recebidos em sessão pública, observando-se o procedimento de avaliação e julgamento estabelecido nos subitens anteriores.

X. CLASSIFICAÇÃO FINAL

1. A classificação das Licitantes far-se-á, dessa forma, de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas Técnica e de Preço, considerando que as notas das Propostas Técnicas terão peso 7 (setenta) e as notas das Propostas de Preços terão peso 3 (cinco), sendo classificadas as Licitantes, segundo a ordem decrescente da nota média ponderada, obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{NMP} = \frac{7(\text{NPT}) + 3(\text{NPC})}{100}$$

NMP = nota média ponderada final;

NPT = nota da Proposta Técnica;

NPC = nota da Proposta Comercial

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

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

- a) Raciocínio Básico
- b) Idéia Criativa
- c) Estratégia de Comunicação Publicitária
- d) Portfólio
- e) Capacidade de Atendimento
- f) Investimento em Estrutura de Atendimento
- g) Estratégia de Mídia e Não Mídia
- h) Cases.

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

XI. APURAÇÃO DOS VENCEDORES

1. Ultrapassado o prazo recursal e homologado o resultado do julgamento pela autoridade competente da CONTRATANTE, o Contrato objeto deste Edital serão adjudicadas às Licitantes consideradas vencedoras nos termos dos itens seguintes.

2. A agências ou consórcios vencedores serão aqueles que obtiverem maior Nota Média Ponderada Final para o lote(s) que estiver concorrendo.